

***LA INVERSIÓN EXTRANJERA EN EL ÁREA DE
BARCELONA***

2001

Versió 1 (11-10-01)

Barcelona, el mejor punto de partida para las empresas

Las nuevas tecnologías y las comunicaciones están transformando con gran rapidez la actividad económica a nivel mundial. En este contexto de interdependencia, las ciudades y, muy especialmente, las grandes áreas metropolitanas aparecen como los centros de complejas redes de intercambio de mercancías, inversiones e información, así como los polos de innovación y gestión del conocimiento.

Barcelona es el centro de una extensa región metropolitana de 4,3 millones de personas, con una sólida vocación de proyección exterior. Es la capital de Cataluña y ejerce orgullosa esa capitalidad, extendiendo su influencia más allá, hacia todo el arco Mediterráneo occidental.

La nuestra es una ciudad dinámica y cosmopolita. Una ciudad que quiere reinventarse a sí misma. Después del intenso proceso de transformación que se realizó en torno a los Juegos Olímpicos de 1992, Barcelona ha seguido proponiendo ambiciosos proyectos de transformación en clave económica para optimizar nuestras posibilidades como gran metrópolis del Mediterráneo noroccidental. En la actualidad, la ciudad está inmersa en uno de los procesos de renovación urbanística más importantes de Europa. Algunos de los proyectos que forman parte de la segunda gran transformación de Barcelona destacan por su envergadura:

22@BCN, un ambicioso plan que transformará el distrito industrial del Poblenou en un espacio donde convivirán industrias no contaminantes con oficinas, viviendas, comercios y hoteles. Las actividades que se desean potenciar están relacionadas con las tecnologías de la información y comunicación o TIC o con otros sectores económicos situados en la línea de la investigación, el conocimiento, la edición, la cultura o el diseño.

El Fórum Universal de las Culturas en el 2004 convertirá a Barcelona en punto de encuentro internacional que tendrá como eje la diversidad cultural, la paz y la sostenibilidad. La ciudad se prepara para la celebración del evento con una profunda regeneración urbanística de su fachada marítima y la dotación de nuevas infraestructuras y equipamientos (centro de convenciones, zoo marino, puerto deportivo, hoteles, zonas de recreo, etc.).

Triángulo ferroviario Sagrera-Sant Andreu, con la construcción de la estación central de la Sagrera-Sant Andreu, que permitirá la renovación de estos dos barrios y los adyacentes y que propiciará una nueva centralidad en el área de dicha estación.

Plan Delta del Llobregat, una intervención encaminada a hacer de Barcelona una de las mayores plataformas logísticas del Sur de Europa y en el Mediterráneo, verdadero enlace con los puertos de Latinoamérica y del lejano Oriente. Esta actuación incluye la ampliación del puerto y el aeropuerto que duplicaran su capacidad respectivamente, la llegada del tren de alta velocidad a estas dos instalaciones, el desvío del cauce del Llobregat y la renovación de las redes viarias y de ferrocarril.

Barcelona también se halla posicionada en un lugar destacado en el ranking de las ciudades más modernas y competitivas del continente europeo. Son muchos los indicadores

económicos e internacionales que lo hacen patente pero cabe destacar, sobre todo, la tendencia a elegir esta metrópoli mediterránea como base para realizar nuevas inversiones o ampliar las existentes, por parte de empresas extranjeras en diferentes sectores de negocio, especialmente en los de mayor proyección de futuro.

La irrupción de las nuevas tecnologías es, en parte, responsable del cambio económico que se experimenta en la ciudad. Los nuevos sectores económicos emergentes dentro de la economía condicionan en gran medida el desarrollo urbanístico y plantean la necesidad de otros servicios. Los proyectos urbanísticos actualmente en marcha potenciarán las oportunidades de negocio emergentes y el desarrollo de la ciudad.

En los últimos diez años el área de Barcelona ha atraído en torno al 21% de la inversión extranjera que recibe España. Se trata de consolidar, mejorar y ampliar este porcentaje. En este sentido hace dos años publicamos por primera vez este estudio, en un intento de crear un nuevo instrumento para captar la valoración y perspectivas de las empresas extranjeras en el área de Barcelona.

Ahora se presenta esta segunda edición, elaborada conjuntamente por el Ayuntamiento de Barcelona a través de la Agencia de Desarrollo Local Barcelona Activa conjuntamente con el Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial, CIDEM (Generalitat de Catalunya), en la que se han incorporado algunas mejoras para facilitar su lectura y comparación con el estudio anterior.

Y todo ello para que Barcelona continúe siendo el mejor punto de partida para las empresas extranjeras, como así comparte el 94% de las mismas, que se muestran satisfechas o muy satisfechas en su decisión de haberse establecido entre nosotros.

Joan Clos / Maravillas Rojo

ÍNDICE

1. Introducción y principales conclusiones
2. La inversión extranjera en Área de Barcelona
3. Tipología de la inversión extranjera en el área de Barcelona
4. Principales factores de elección de Área de Barcelona como destino de la inversión y grado de satisfacción de la inversión en relación a los citados factores
5. Visión y perspectivas de futuro
6. Barcelona, ciudad del conocimiento
7. Entrevistas personales a empresas representativas

1. INTRODUCCION Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

1.1. Introducción

El área de Barcelona se consolida como uno de los principales receptores de la inversión extranjera en el conjunto de España y, también, a nivel europeo.

Durante la última década la inversión extranjera en el área de Barcelona se ha mantenido entre el 20 y el 25 % del total de la inversión extranjera realizada en España, si bien a partir de 1999 este porcentaje ha variado significativamente debido, en gran parte, a un cambio metodológico en el cálculo de los flujos de inversión extranjera, como se explica más adelante. No obstante, Cataluña sigue ocupando el segundo lugar en el ranking de la Comunidades Autónomas receptoras de inversión extranjera y el área de Barcelona concentra la gran mayoría de esa inversión, con un total aproximado de 2.700 empresas con mayoría de capital extranjero.

Conscientes de la importancia de la inversión extranjera, desde la Generalitat de Catalunya y el Ayuntamiento de Barcelona se han venido desarrollando políticas y acciones específicas para atraer nuevas inversiones al área de Barcelona, consolidar las ya existentes y pulsar de forma global el estado de satisfacción y perspectivas de las empresas extranjeras establecidas en el área de Barcelona.

En este sentido el Ayuntamiento de Barcelona, a través de la Agencia de Desarrollo Local Barcelona Activa y la Generalitat de Catalunya, a través del Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDEM) impulsan conjuntamente con la firma de servicios profesionales KPMG la elaboración de la segunda edición del estudio “La Inversión Extranjera en el Área de Barcelona”, con el objetivo de identificar los criterios más relevantes para la decisión de la implantación de empresas extranjeras en el área de Barcelona, su grado de satisfacción, así como sus propias inquietudes.

Dicho estudio da continuidad a una primera edición presentada en 1999 en colaboración con la firma KPMG, y que en su momento fue el primer documento que recogía la opinión de la inversión extranjera en el área de Barcelona en su conjunto. Esta primera encuesta tenía la voluntad de realizarse con una periodicidad bianual, con el objeto de captar la evolución y las tendencias recogidas en la opinión de las empresas extranjeras y poder trabajar desde las diversas administraciones e instituciones en la mejora de los aspectos valorados como debilidades y en la potenciación de aquellos considerados como fortalezas.

1.2. Metodología del estudio

El estudio actual se ha basado, una vez más, en la realización de una investigación sobre una muestra representativa del colectivo de empresas extranjeras ubicadas en la Región Metropolitana de Barcelona (en adelante, área de Barcelona) y que abarca las siete comarcas que rodean nuestra ciudad con una superficie aproximada de 3.200 Km² y una población de 4,3 millones de habitantes. Como ya se comentaba en la primera edición, Barcelona es una realidad que va mucho más allá de los límites de la ciudad administrativa y abarca un espacio territorial mucho más amplio, especializándose la ciudad central como localización para realizar funciones de sede central, administrativa, marketing y planificación, y el área metropolitana para realizar actividades de producción y distribución.

Al igual que en la edición anterior, la investigación ha consistido en la elaboración de una encuesta enviada por correo a las aproximadamente 2.700 empresas con capital extranjero ubicadas en el área de Barcelona. Como novedad en la presente edición se han realizado, además, un conjunto entrevistas en profundidad a una selección de empresas de diferentes sectores, tamaños, países y procedencia, representativas de las nuevas tendencias de inversión en nuestro país.

El cuestionario elaborado para esta segunda edición ha sido reducido considerablemente y mejorado en su conjunto para facilitar al máximo la comprensión y respuesta. Se ha concedido especial importancia a la visión y perspectivas de futuro de las empresas y se ha incluido un apartado específico sobre la Ciudad del Conocimiento, dada la apuesta de la ciudad para consolidar su posición en este campo estratégico.

1.3. Objetivos del estudio

Los principales objetivos de esta investigación se resumen en los siguientes puntos:

- Obtener una información más detallada sobre las características de la inversión extranjera existente en el área de Barcelona.
- Disponer de un mayor conocimiento sobre la tipología y características de las empresas extranjeras establecidas en el área de Barcelona (sector, facturación, nº de trabajadores, distribución de las ventas, etc.).
- Identificar los diferentes factores y criterios de decisión que llevaron a dichas empresas a instalarse en el área de Barcelona (localización, mercado, situación socioeconómica, recursos humanos, infraestructuras, calidad de vida, etc.).

- Conocer el grado de satisfacción de las empresas una vez instaladas en el área de Barcelona, así como los criterios básicos que las llevaron a implantarse en nuestro entorno.
- Obtener su opinión sobre el Área de Barcelona y su entorno, la imagen de la ciudad, los nuevos proyectos urbanísticos y de infraestructuras en marcha y su posicionamiento internacional.
- Captar las perspectivas de futuro de las empresas a corto y medio plazo (ventas, beneficios, espacio ocupado, plantilla, etc.).
- Conocer la valoración y requerimientos de las empresas respecto a los futuros proyectos más importante de la ciudad..

El objetivo de las entrevistas en profundidad era obtener una información más detallada de tipo cualitativo sobre los diferentes aspectos planteados en el cuestionario y, en especial, sobre la evolución de cada empresa, sus previsiones de futuro y su relación con el entorno. En la presente edición se publica un resumen de las entrevistas realizadas.

1.4. Nivel de respuesta y fiabilidad

Del universo de empresas extranjeras ubicadas en el área de Barcelona que han recibido el cuestionario, han respondido cerca de un 10%, con un nivel de confianza estadístico del 95%.

La fuente de todos los gráficos, siempre que no se especifique lo contrario, es el resultado del tratamiento estadístico de la información contenida en los cuestionarios recibidos.

1.5. Principales conclusiones. Cuadro resumen

1. Durante los últimos diez años el área de Barcelona ha atraído más de 6,27 billones de pesetas, aproximadamente en torno al 21% del total de la inversión extranjera realizada en España en el citado periodo. Actualmente se contabilizan aproximadamente 2.700 empresas extranjeras en el área de Barcelona.
2. El 94% de las empresas extranjeras establecidas en El área de Barcelona se muestran satisfechas o muy satisfechas con su decisión. El número de empresas insatisfechas se ha reducido en 9 puntos porcentuales en relación a la edición anterior, situándose en un 6%. Sus principales preocupaciones son la escasez de ayudas a la inversión y al fomento de la actividad empresarial.
3. Más del 80% de las empresas extranjeras encuestadas prevé incrementar su volumen de ventas en el transcurso de los próximos tres años. La media de crecimiento acumulado previsto para este periodo es del 29%.
- 4.
5. Más del 90% de las empresas extranjeras prevén invertir en los próximos tres años. Una tercera parte de las empresas tienen previstas inversiones superiores a los 3 millones de Euros. El 63% de las empresas prevén incrementar la superficie que ocupan actualmente.
- 5.
5. El 40% de las empresas extranjeras se han instalado en el área de Barcelona en los últimos 10 años, lo que demuestra el dinamismo de su mercado.
.La situación geográfica, la accesibilidad de la ciudad y la productividad/eficiencia de nuestros recursos humanos constituyen los criterios de selección más valorados por las empresas en el momento de invertir en el área de Barcelona
- 7.. Las empresas extranjeras valoran especialmente positivos el carácter trabajador, el clima laboral y la preparación técnica y universitaria de los recursos humanos disponibles en el área de Barcelona La excelente calidad de vida, la amplia y variada oferta lúdica y la buena acogida por parte de los barceloneses son factores valorados positivamente por los empresarios extranjeros.
- 8 La accesibilidad a las redes viarias, las comunicaciones aéreas y las infraestructuras de telecomunicaciones fueron consideradas prioritarias para más de dos tercios de las empresas extranjeras como factor decisivo para su instalación.
- 9.
9. El área de Barcelona ha consolidado su proyección como centro de negocios y turístico así como plataforma logística del sur de Europa. Así mismo es vista como una ciudad con una alta calidad de vida, abierta al mar, dinámica y cosmopolita.
- .

10.as empresas continúan considerando la llegada del tren de alta velocidad y la ampliación del aeropuerto como los dos proyectos más relevantes para mejorar su competitividad.

2. LA INVERSION EXTRANJERA EN EL ÁREA DE BARCELONA

Desde principios de los noventa, el área de Barcelona ha atraído más de 376 millones de Euros (6,27 billones de pesetas), aproximadamente en torno al 21% del total de la inversión extranjera realizada en España durante los últimos 10 años.

Este importante volumen de inversión ha supuesto que en la actualidad, únicamente en el área de Barcelona operen unas 2.700 empresas extranjeras, en torno al 90% del total de las empresas multinacionales instaladas en toda Cataluña.

Presencia de empresas extranjeras en el área de Barcelona:

ÁREA	Nº Empresas	Porcentaje respecto a Cataluña
Barcelona ciudad	1.500	50%
Región Metropolitana	2.700	90%
Cataluña	3.000	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del CIDEM

Nota: Datos provisionales

Concretamente en el año 2000, la inversión en el área de Barcelona fue de 1,08 billones de pesetas, aproximadamente el 90% del total de Cataluña. Dicho volumen es excelente en términos absolutos, teniendo en cuenta incluso que la metodología de obtención de las estadísticas ha variado significativamente en los últimos años, perjudicando sensiblemente a El área de Barcelona al dejarse de considerar los proyectos de **reinversión**, y que dichas estadísticas no tienen en cuenta los conocidos **efectos sede y holding**.

Volumen Inversión Extranjera Directa (IED), 1991-2000

Any	BCN Area Metropolitana ¹	Catalunya	Espanya	% BCN/ Espanya
1991	875.047	972.274	2.266.373	39%
1992	497.924	552.695	1.914.495	26%
1993	494.437	548.825	1.955.609	25,30%
1994	513.024	569.456	2.319.435	22,10%
1995	399.507	443.452	1.748.100	22,90%
1996	541.186	601.318	2.080.095	26,02%
1997	623.216	692.462	3.100.492	20,10%
1998	597.297	663.663	2.502.371	23,87%

1999	599.868	666.520	4.946.084	12%
2000	1.087.780	1.208.644	10.830.921	10%
Total Acumulat	6.227.378	6919309	33.663.974	21%

Datos expresados en millones de pesetas.

Fuente: Dirección General de Comercio e Inversiones

¹ Ante la imposibilidad de contar con estadísticas oficiales sobre las características de la IED en el área de Barcelona, y teniendo en cuenta que dicha zona concentra el 90% del total de las empresas instaladas en Cataluña, se ha utilizado este mismo porcentaje para estimar los flujos de inversión extranjera directa en el área de Barcelona.

Nota metodológica:

El concepto de Inversión Extranjera Directa (IED en adelante) incluye:

- 1.- Los flujos de inversiones en sociedades que no cotizan en Bolsa.
- 2.- Los flujos de inversión en sociedades cotizadas en las que el inversor adquiere al menos un 10% del capital de la empresa española, con lo que convencionalmente se considera que logra una relación permanente en la gestión de la misma.
- 3.- La constitución y ampliación de la dotación de sucursales.

A partir del 23 de abril de 1999, fecha de entrada en vigor del Real decreto 664/1999, los resultados estadísticos de inversión extranjera que ofrece la Dirección General de Comercio e Inversiones han sufrido modificaciones importantes, debido a que han dejado de recibir la consideración de flujos de inversión extranjera directa los siguientes conceptos:

- 1.- Los préstamos concedidos por la matriz extranjera a la filial española con una vida media ponderada superior a cinco años y otorgados con el fin de mantener vínculos económicos duraderos así como los anticipos reintegrables concedidos por no residentes a sus establecimientos y sucursales en España.
 - 2.- Las inversiones efectuadas por sociedades españolas con una participación en su capital de empresas extranjeras mayor del 50% y por sucursales o establecimientos en España de no residentes.
-

Como resultado de las importantes novedades incorporadas en el impuesto de sociedades español, nuestro país se ha convertido en uno de los países con una legislación más atractiva a la hora de establecer una empresa de tenencia de valores extranjeros (ETVE). Es por este motivo, que importantes volúmenes de inversión se canalizan a través de dichas sociedades holding instrumentales, la mayoría de ellas registradas en Madrid, independientemente de cuál sea el destino real de la inversión. Este efecto, conocido como **efecto holding**, perjudica a regiones como la de El área de Barcelona que ven como un gran volumen de los proyectos de inversión no salen reflejados en las correspondientes estadísticas de IED.

Las consecuencias distorsionadoras del citado efecto holding, se ven acentuadas por el efecto sede, consistente en el establecimiento de muchas sedes corporativas de

determinadas empresas en Madrid independientemente de si sus plantas productivas se encuentran o no en dicha comunidad autónoma.

Teniendo en cuenta dichos efectos –sede y holding-, así como los cambios metodológicos –especialmente el referente a la reinversión- incorporados en las estadísticas oficiales sobre inversión extranjera que publica la D. G. de Comercio e Inversiones, se podría llegar a la conclusión que Cataluña y en especial El área de Barcelona, sin llegar a la posición de liderazgo de Madrid, gozaría de una situación más destacada

Cabe destacar que en Barcelona y en Cataluña en general, la presencia de las empresas multinacionales es una presencia madura, donde el 60% de las empresas ya lleva más de 10 años operando en el área de Barcelona, muestra del grado de compromiso con la región. Asimismo, la inversión extranjera ya no busca en El área de Barcelona recursos más económicos sino otras ventajas competitivas que esta área ha conseguido desarrollar. La ciudad goza de una localización estratégica excepcional, unas infraestructuras en constante renovación, una completa red de transporte urbano, regional e internacional, una mano de obra cualificada y asequible, una oferta cultural y educativa de primer orden, un clima empresarial envidiable, y una reputada flexibilidad y capacidad de adaptación, entre muchos otros factores que corroboran el éxito y la continuidad de las multinacionales implantadas en nuestra área.

Esta evolución de las ventajas que ofrece Cataluña se traduce en importantes reinversiones y nuevas implantaciones en actividades industriales cada vez más complejas que se complementan a su vez con servicios y actividades de mayor valor añadido: diseño, I+D, o las vinculadas al mundo de las nuevas tecnologías, entre otras.

Inversión extranjera en Cataluña por países de procedencia

Respecto a la inversión en Cataluña desglosada por países de origen, destacar que por primera vez los **Estados Unidos ocupan la primera posición del ranking de países inversores con un crecimiento del 850% respecto a 1999, desbancando de esta privilegiada posición a Holanda**, que ocupó el primer puesto el año pasado.

Las ventajas fiscales de la legislación española a través de la figura de las empresas de tenencia de valores (ETVES), puede ser una de las razones explicativas de esta espectacular evolución.

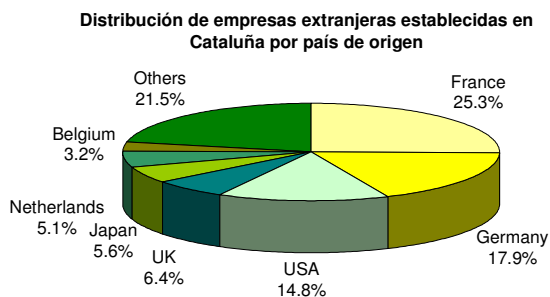
Holanda gracias a las tradicionales ventajas fiscales que presenta su legislación, se había convertido en un centro de intermediación de inversiones extranjeras hacia terceros países, en nuestro caso, hacia Cataluña.

Countries	Volume	% over	Variation
-----------	--------	--------	-----------

		total FDI	00/99 (%)
1. United States	379,826.79	31.42%	850.18%
2. The Netherlands	363,539.75	30.07%	47.92%
3. France	133,012.85	11%	67.66%
4. Portugal	70,529.31	5.83%	1,744.16%
5. Germany	67,709.51	5.6%	32.3%
6. Italy	63,243.43	5.23%	11.34%
7. United Kingdom	54,040.89	4.47%	-20.82%
8. Switzerland	16,936.22	1.4%	-45.23%
9. Luxembourg	12,493.69	1.03%	-58.74%
10. Denmark	9,810.44	0.81%	603.78%
Subtotal	1,171,142.88	96.86%	92.7%
Others	37,501.45	3.14%	-36.21%
TOTAL	1,208,644.33	100%	81.33%

Datos expresados en millones de pesetas. Fuente: Dirección General de Comercio e Inversiones

Por **número de empresas**, según datos facilitados por las distintas Cámaras de Comercio, las empresas francesas encabezan la lista de las 3.000 empresas extranjeras instaladas en Cataluña, cifrándose en aproximadamente 750, seguidas de las americanas que ostentan la segunda posición con cerca de 460 empresas.



Fuente: Cámaras de Comercio

Por **número de empresas y en relación con el total de empresas extranjeras instaladas en España**, Catalunya concentra el 77% de las compañías americanas en España, el 67% de

las británicas, el 65% de las japonesas, el 61% de las francesas y el 53% de las empresas alemanas establecidas en territorio español

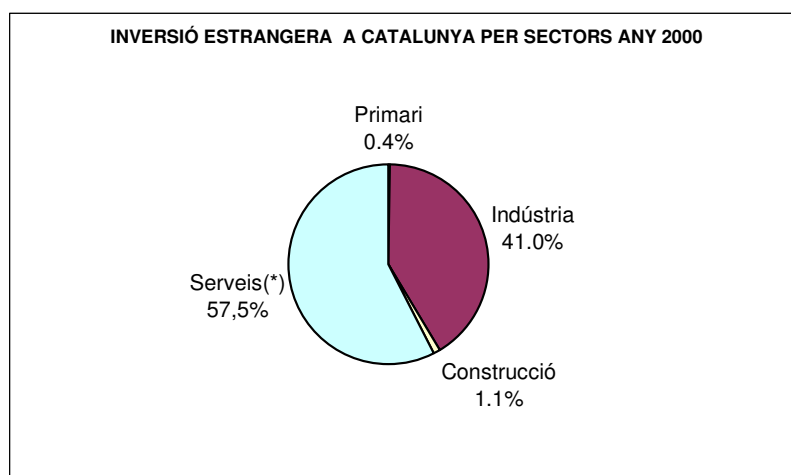
⇒ *NOTA: aquí comença pròpiament l'explotació estadística del qüestionari. Suggerim posar una portada de separació*

3. TIPOLOGIA DE LA INVERSIÓ ESTRANGERA A L'ÀREA DE BARCELONA

Les característiques de la inversió a l'àrea de Barcelona, en base a les respostes obtingudes de la investigació, són les que oferim a continuació:

3.1 Distribució sectorial de la inversió i de les empreses estrangeres

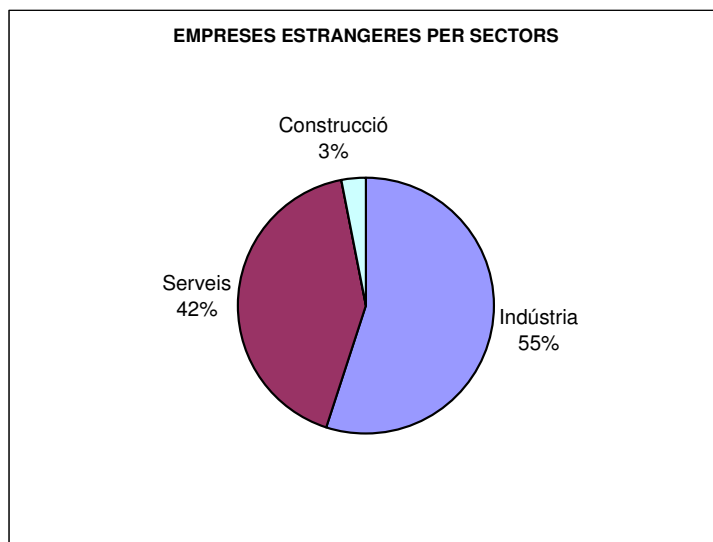
De l'anàlisi de l'evolució dels fluxos d'inversió estrangera directa corresponents a l'any 2000, s'observa una clara tendència d'increment del volum d'inversió en el sector serveis en relació amb els resultats de l'estudi anterior, tot i que la indústria continua sent un sector tradicionalment receptor d'inversió.



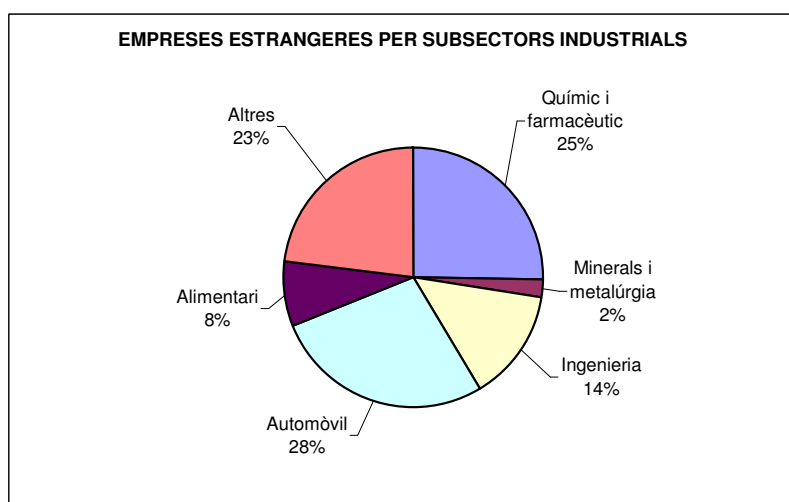
(*) Amb la finalitat d'evitar l'efecte distorsionador que ocasionen les inversions estrangeres realitzades per motius fiscals, no s'han incorporat dintre del sector serveis les inversions realitzades per empreses de tinença de valors estrangers (ETVE).
Font: elaboració pròpia a partir de dades subministrades per la Direcció General de Comerç i Inversions del Ministeri d'Hisenda.

Pel que fa el nombre d'empreses estrangeres establertes a El área de Barcelona, el sector industrial en concentra el 55%, seguit del sector serveis amb un 42%.

“Prop de la meitat de les empreses estrangeres instal·lades a El área de Barcelona corresponen al sector serveis.”



Les indústries químiques, farmacèutiques i del sector de l'automoció concentren més del 50% de la inversió estrangera en el sector industrial. La inversió en aquests sectors industrials s'està concentrant en l'àrea de Barcelona en forma de clúster.

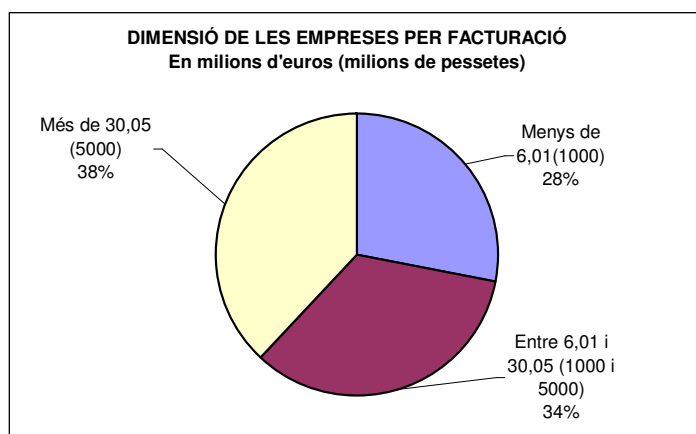


En el cas del sector de l'automoció la inversió se centra, amb una tendència a l'alça, en els subsectors del disseny, dels components d'automoció i de les motocicletes. Les principals firmes automobilístiques han establert els seus centres de disseny a El área de Barcelona, aprofitant el prestigi que la nostra ciutat té en aquest camp.

“Les indústries químiques, farmacèutiques i de l'automoció s'estan concentrant en forma de clúster a l'àrea de Barcelona.”

3.2. Facturació de les empreses estrangeres

El 72% de les empreses estrangeres instal·lades a el área de Barcelona facturen més de 6,01 milions d'euros anuals (1.000 milions de pessetes). Així mateix, el nombre d'empreses que facturen més de 30,05 milions d'euros (5.000 milions de pessetes) s'ha incrementat en 10 punts percentuals en relació a l'estudi anterior. Les empreses estrangeres complementen el teixit industrial català tradicionalment caracteritzat pel predomini d'empreses de petita dimensió.

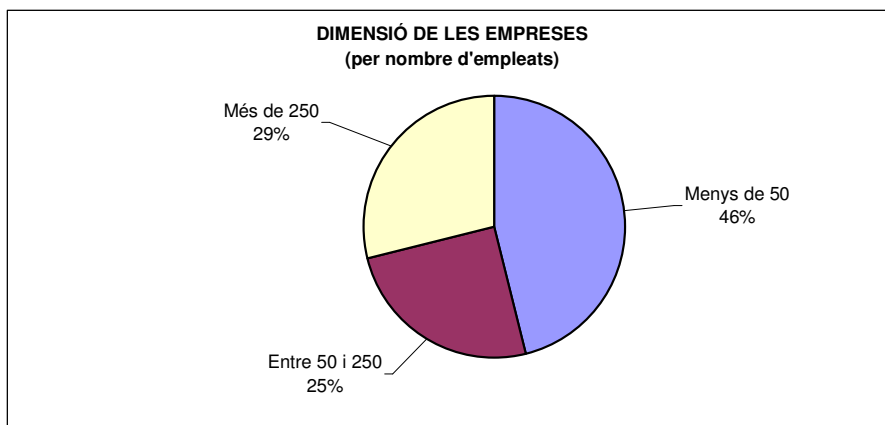


“Més de dos terços de les empreses estrangeres instal·lades al área de Barcelona facturen més de 6,01 milions d'euros (1.000 milions de pessetes)”

La major part de les empreses estrangeres ubicades al nostre país es caracteritzen per tenir uns volums elevats de facturació; si bé, com a conseqüència de la globalització, l'obertura dels mercats i la incorporació de les noves tecnologies en el món empresarial, s'ha apreciat en els últims anys un augment de les inversions i de la implantació de petites i mitjanes empreses (pimes), moltes d'elles vinculades a la prestació de serveis.

3.3. Nombre d'empleats de les empreses estrangeres instal·lades al área de Barcelona

El 54% de les empreses estrangeres ubicades a l'àrea de Barcelona tenen més de 50 empleats.



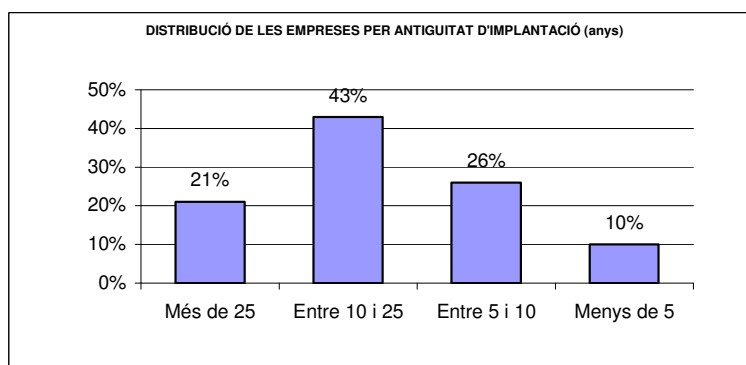
En relació amb l'estudi anterior es consolida el pes de les empreses amb més de 50 treballadors, si bé la major part de la nova inversió suposa la creació de petites i mitjanes empreses del sector serveis relacionades amb la nova economia, la innovació i el desenvolupament de noves tecnologies.

“Més de la meitat de les empreses estrangeres instal·lades a l'àrea de Barcelona tenen més de 50 empleats.”

3.4. Antiguitat de la inversió estrangera a l'àrea de Barcelona

La incorporació a la Unió Europea ha suposat un impuls de la inversió estrangera que segueix apostant per l'àrea de Barcelona pel dinamisme dels seus mercats. Aquest és el cas de les empreses joves o de nova creació (*start up*) relacionades amb les noves tecnologies, els serveis avançats i la gestió del coneixement. En definitiva, estan emergent nous clústers tecnològics que conviuen amb els clústers més madurs ja existents, reflex del dinamisme i creixement econòmic del nostre entorn.

“Aproximadament un 40% de les empreses estrangeres s'han instal·lat a l'àrea de Barcelona en els últims 10 anys.”



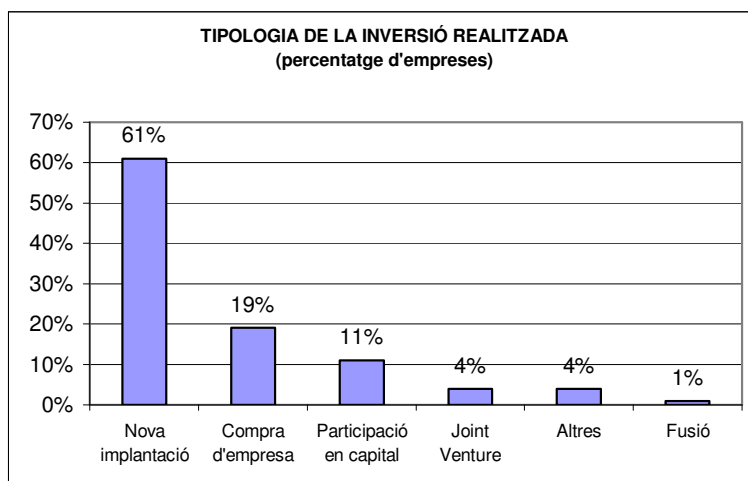
Dos terços de les empreses ubicades a l'àrea de Barcelona porten entre nosaltres més de 10 anys, la qual cosa mostra que, un cop instal·lades al nostre entorn, en molt poques ocasions escometen processos de desinversió. Aquest elevat grau de fidelització demostra que les expectatives dipositades per les empreses s'han vist satisfetes en la majoria dels casos.

“La resta d'empreses tenen més de 10 anys d'antiguitat, fet que mostra un alt grau de satisfacció i compromís amb les seves inversions.”

3.5. Tipus d'implantació de la inversió estrangera a l'àrea de Barcelona

La nova implantació o *greenfield* és la forma d'entrada més utilitzada per les empreses estrangeres, seguit de la compra de empreses i de la participació en capital en empreses locals.

Altres mètodes com *joint ventures*, fusions o aliances amb altres empreses són menys utilitzats a l'hora d'establir-se a l'àrea de Barcelona tal com podem observar al gràfic posterior.

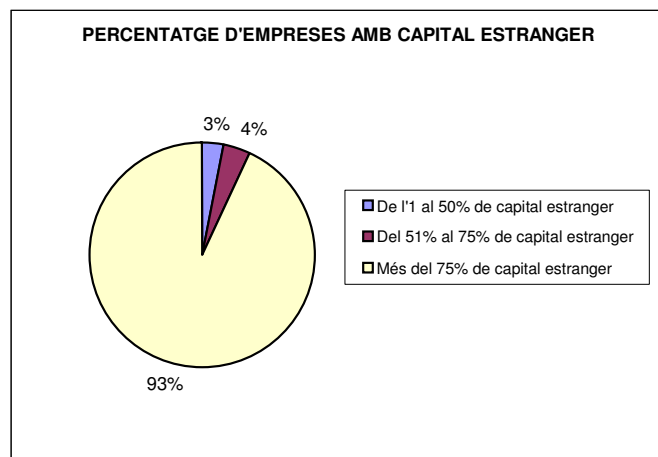


“El 61% de la inversió estrangera correspon a nova implantació (greenfield).”

Aquest és el tipus d'inversió que genera més riquesa, té més vocació de perdurar i, per tant, és menys especulatiu.

3.6. Percentatge de capital estranger a les empreses instal·lades a l'àrea de Barcelona

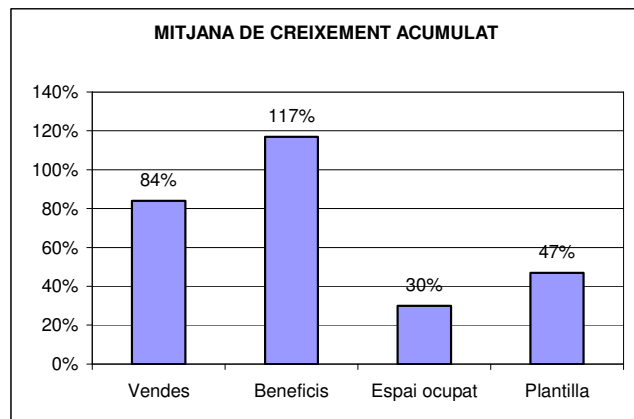
Pràcticament la totalitat de les empreses estrangeres instal·lades a l'àrea de Barcelona estan participades en més d'un 75% del capital per la matriu estrangera, la qual cosa suposa per part d'aquesta última una posició dominant dintre de l'accionariat.



“La gran majoria de les empreses estrangeres instal·lades a l'àrea de Barcelona estan participades en més d'un 75% per la matriu estrangera.”

3.7. Evolució de les principals magnituds econòmiques els últims cinc anys

Cal destacar el creixement significatiu durant els últims cinc anys de les magnituds econòmiques il·lustrades en el gràfic següent:



L'increment mitjà acumulat de l'espai ocupat per les empreses estrangeres ha repercutit d'una manera molt positiva en el mercat immobiliari (locals, oficines, espais industrials). De la mateixa manera, l'increment mitjà acumulat de la plantilla de les empreses estrangeres ha contribuït a la generació de llocs de treball a l'àrea de Barcelona.

“La positiva evolució de les empreses estrangeres en els últims cinc anys ha repercutit directament en el desenvolupament econòmic de l'àrea de Barcelona.”

3.8. Distribució geogràfica de las vendes de les empreses estrangeres

La ubicació de Barcelona permet les empreses accedir fàcilment al mercat europeu on dirigeixen la major part de les seves vendes. En aquest context, Espanya representa el 55% de les vendes, un 18% de les quals corresponen a Catalunya, un mercat important en si mateix amb una capacitat de consum d'aproximadament sis milions d'habitants.

“Europa és el principal mercat de les empreses estrangeres establertes a l'àrea de Barcelona.”

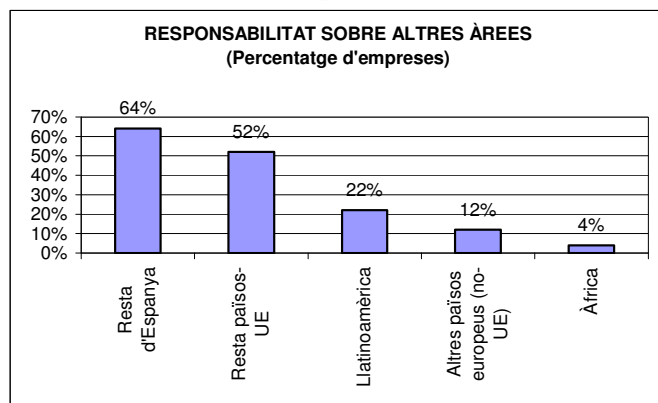
D'altra banda, Espanya continua sent el cinquè mercat de la Unió Europea quant a producte interior brut, i és la 10^a economia mundial, i Catalunya, en concret, té un poder de compra per habitant superior al de la mitja europea.

3.9. Responsabilitat sobre altres empreses per part de la inversió estrangera

Un 35% de les empreses estrangeres ubicades a l'àrea de Barcelona són responsables d'altres empreses, cosa que demostra la concentració de les funcions de direcció a aquest àrea.

En els darrers anys s'ha donat un increment en el nombre d'empreses amb responsabilitat sobre centres productius i/o activitats ubicats a altres països europeus. Destaca així mateix, el paper de Catalunya com a plataforma d'expansió de les multinacionals cap a Llatino Amèrica.

“Un 35% de les empreses estrangeres instal·lades a l'àrea de Barcelona són responsables de funcions o activitats d'altres empreses ubicades fora del seu entorn.”

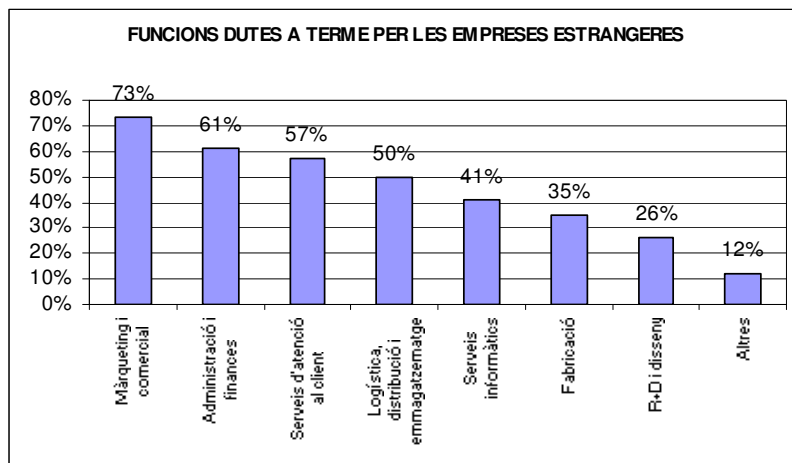


“La resta d'Espanya i dels països de la Unió Europea són les localitzacions de la majoria de les empreses dependents de les empreses estrangeres ubicades a l'àrea de Barcelona.”

3.10. Activitats dutes a terme per la inversió estrangera

La gran majoria de les empreses estrangeres ubicades a l'àrea de Barcelona duen a terme funcions de màrqueting i vendes. Altres funcions, com l'administració i les finances, els serveis d'atenció al client i la logística i emmagatzematge, són desenvolupades per més de la meitat de les empreses enquestades.

Destaquem, respecte a l'anterior estudi, un augment de les empreses que duen a terme les funcions amb més valor afegit com les funcions de recerca i desenvolupament.



A més a més de la clàssica manufactura, que era la principal activitat que desenvolupaven les empreses estrangeres, cal destacar el posicionament de l'àrea de Barcelona com un entorn competitiu i atractiu per les funcions de més valor afegit, com poden ser les activitats relacionades amb el desenvolupament del producte, el disseny, la gestió de la marca i la l'R+D.

Més del 25% de les empreses estrangeres ubicades a l'àrea de Barcelona desenvolupen funcions d'alt valor afegit, com la R+D

4. PRINCIPALS FACTORS D'ELECCIÓ DE L'ÀREA DE BARCELONA COM A DESTÍ DE LA INVERSIÓ Y GRAU DE SATISFACCIÓ DE LA INVERSIÓ ESTRANGERA EN RELACIÓ ALS ESMENTATS FACTORS.

Les diferents categories temàtiques suggerides a les empreses estrangeres per avaluar a priori els criteris de selecció, a l'hora de decantar-se per l'àrea de Barcelona, i el grau de satisfacció a posteriori, són els següents:

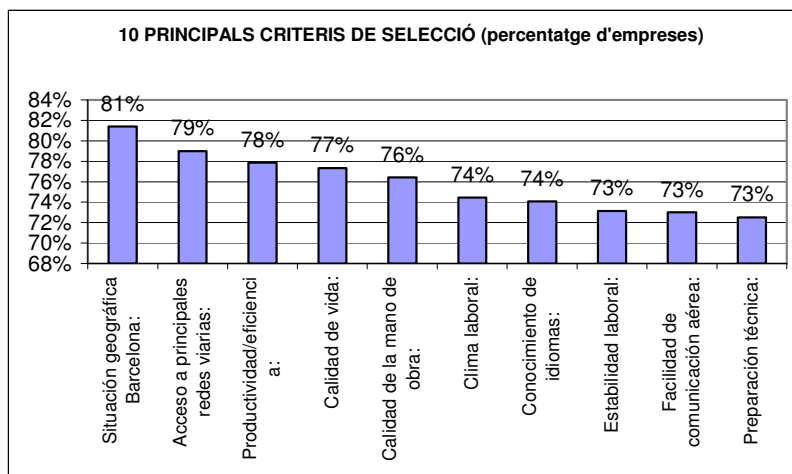
- Entorn i mercat
- Situació econòmicofinancera
- Situació socio-política
- Recursos humans
- Qualitat de vida
- Infraestructures i equipaments
- Factors de localització

En un primer apartat es presenten de forma agregada els resultats obtinguts en relació amb els criteris de selecció i grau de satisfacció per, a continuació, mostrar el resultat individualitzat per cada categoria temàtica.

4.1. Criteris de selecció i grau de satisfacció de la inversió estrangera a l'àrea de Barcelona (resultats agregats)

Els principals motius que van portar a les empreses estrangeres enquestades a escollir l'àrea de Barcelona com la seva ubicació a l'exterior van ser, per ordre d'importància, els següents:

- La bona situació geogràfica.
- L'existència d'una infraestructura de qualitat amb accés a les principals xarxes viàries.
- La bona consideració d'aspectes relacionats amb els recursos humans (productivitat i qualitat de la mà d'obra), així com l'estil de vida.

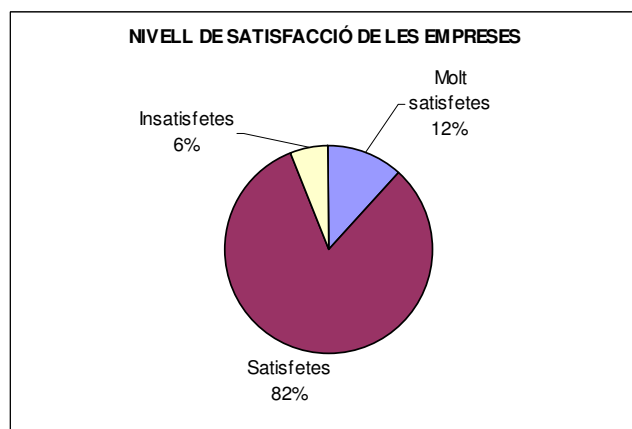


Cal destacar la qualitat de vida com un dels motius que més han incrementat la seva valoració respecte a l'estudi anterior.

“La situació geogràfica, l'accessibilitat de la ciutat i la productivitat/eficiència dels nostres recursos humans, han estat els tres criteris de selecció més repetits per les empreses.”

La valoració a posteriori indica un altíssim grau de satisfacció entre les empreses enquestades en relació amb la seva decisió d'haver-se instal·lat a l'àrea de Barcelona.

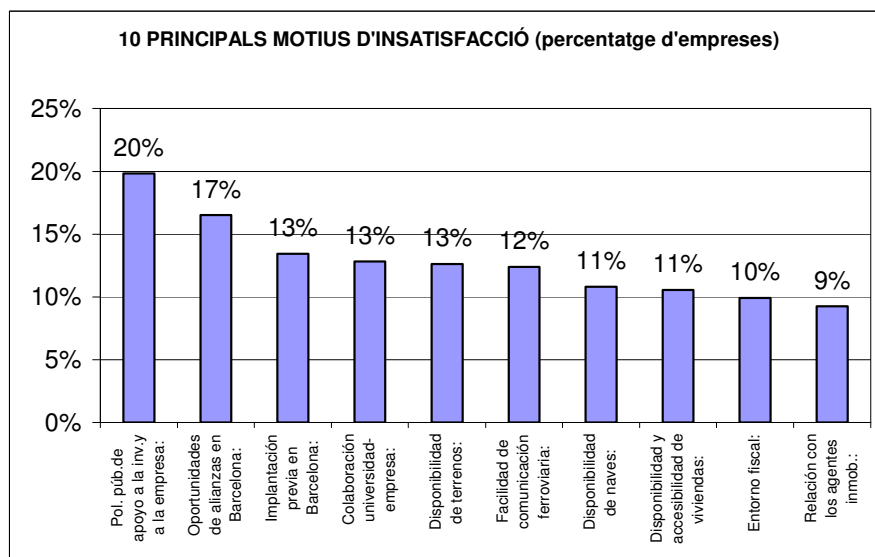
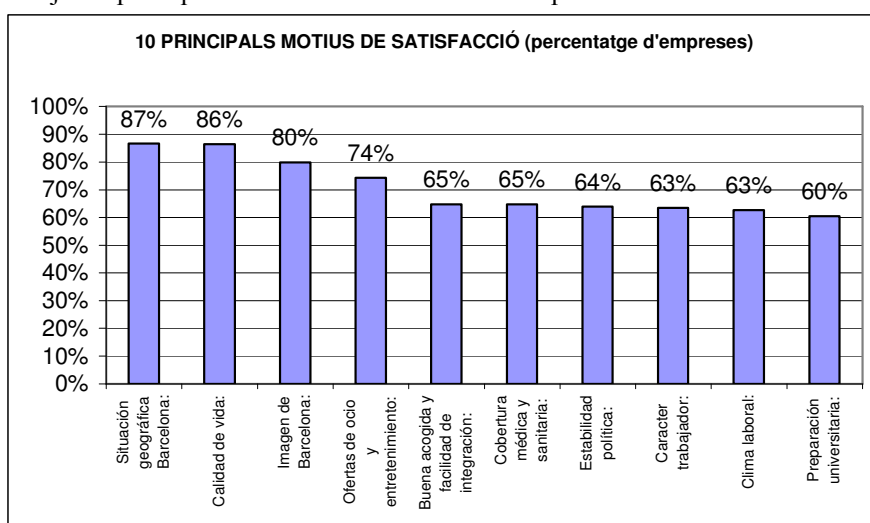
“El 94% de les empreses estrangeres implantades a l'àrea de Barcelona es mostra satisfeta o molt satisfeta amb la seva decisió.”



Entre els arguments que expliquen aquest índex de satisfacció destaquen la situació geogràfica de l'àrea de Barcelona, la qualitat de vida i la imatge de la ciutat.

És perceptible un augment de les empreses que es consideren satisfetes o molt satisfetes respecte a l'anterior edició d'aquest estudi, que ha passat del 85% al 94%. Els factors com la facilitat d'integració, la bona acollida de les persones estrangeres i l'augment de la rendibilitat de les empreses instal·lades han contribuït a aquest augment de la satisfacció.

Així mateix, el nombre d'empreses insatisfetes se situa en un 6%, una reducció de 9 punts percentuals respecte l'anterior edició d'aquest estudi. Els seus principals arguments són la manca d'ajudes públiques a la inversió i a l'activitat empresarial.



4.2. Criteris de selecció i grau de satisfacció de les empreses estrangeres a l'àrea de Barcelona (resultats per categories temàtiques)

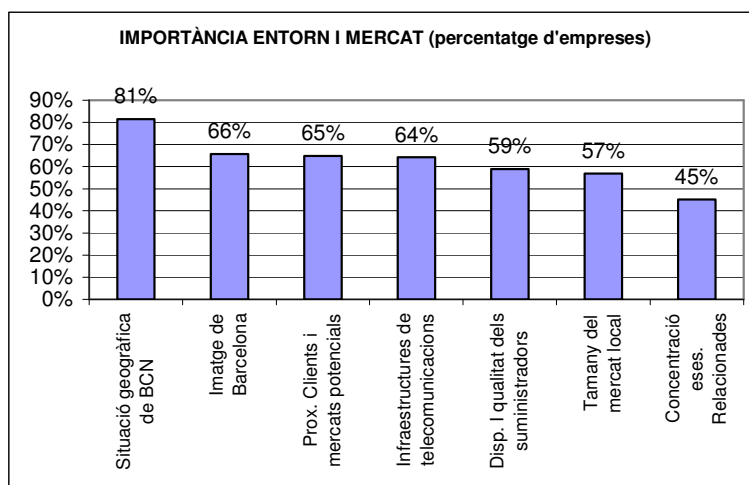
ENTORN I MERCAT

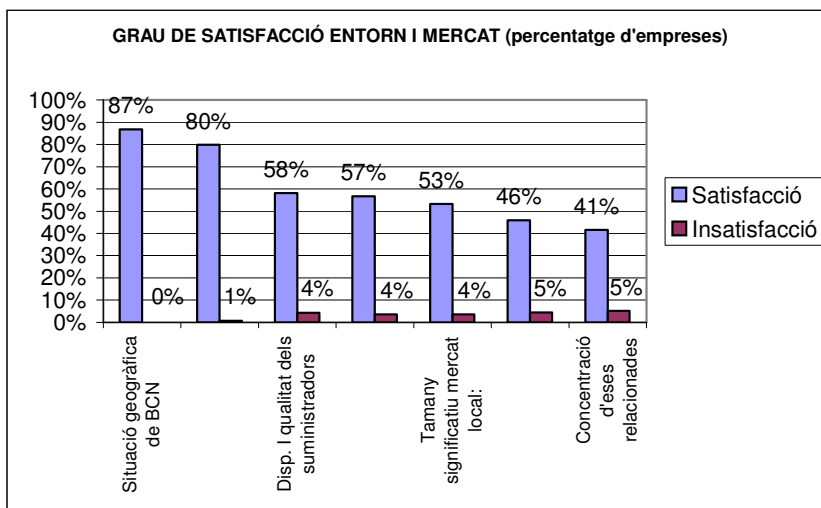
Per a un significatiu 81% de les empreses, la situació geogràfica de l'àrea de Barcelona va ser un criteri important tingut en compte a l'hora d'instal·lar-se. Un major nombre d'empreses estan avui satisfetes amb aquest aspecte.

La imatge de Barcelona, la proximitat de clients i mercats potencials i les infraestructures de telecomunicacions són també aspectes molt considerats per dues terceres parts de les empreses. A posteriori, les empreses reconeixen que s'han complert les expectatives respecte a aquests altres aspectes.

“L'àrea de Barcelona és considerada com un entorn geoestratègic òptim a l'hora d'invertir i amb el qual les empreses estan més satisfetes.”

Els aspectes amb els quals existeix un menor grau de satisfacció són les infraestructures de telecomunicacions i la concentració de empreses relacionades amb la seva activitat, si bé aquest darrer factor va ser el que menys es va considerar a l'hora d'instal·lar-se a l'àrea de Barcelona.

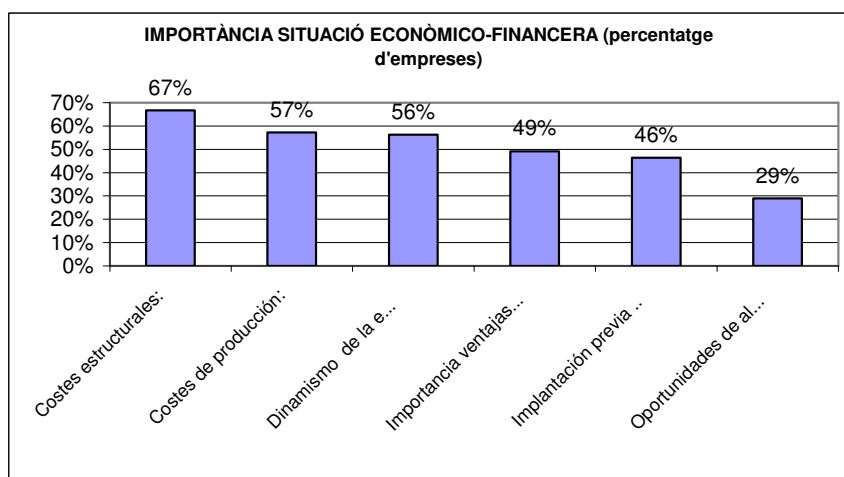


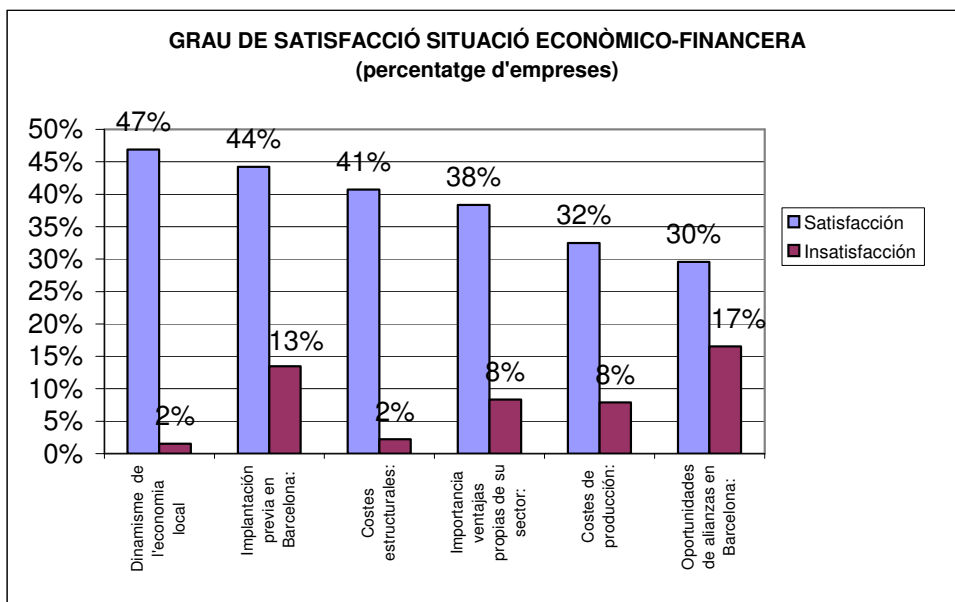


SITUACIÓ ECONOMICOFINANCIERA

Per situació economicofinancera ens referim a una sèrie d'elements que inclouen aspectes com, per exemple, el dinamisme de l'economia local o avantatges i oportunitats propis del sector de referència.

Si bé es tracta d'un criteri considerat no gaire important a l'hora de decidir la inversió, per a la majoria de les empreses estrangeres en la balança global de criteris aspectes com els costos estructurals, els costos de producció i el dinamisme de l'economia local van ser elements tinguts en compte per més de la meitat de les empreses.





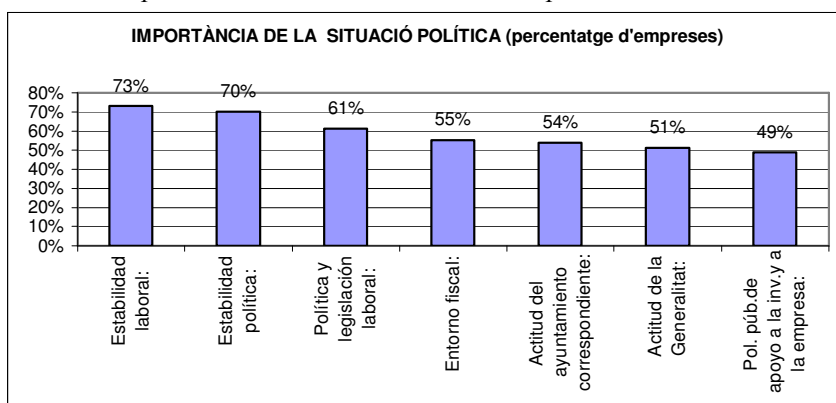
“Les empreses mostren una especial satisfacció amb l’evolució positiva i dinamisme de l’economia local.”

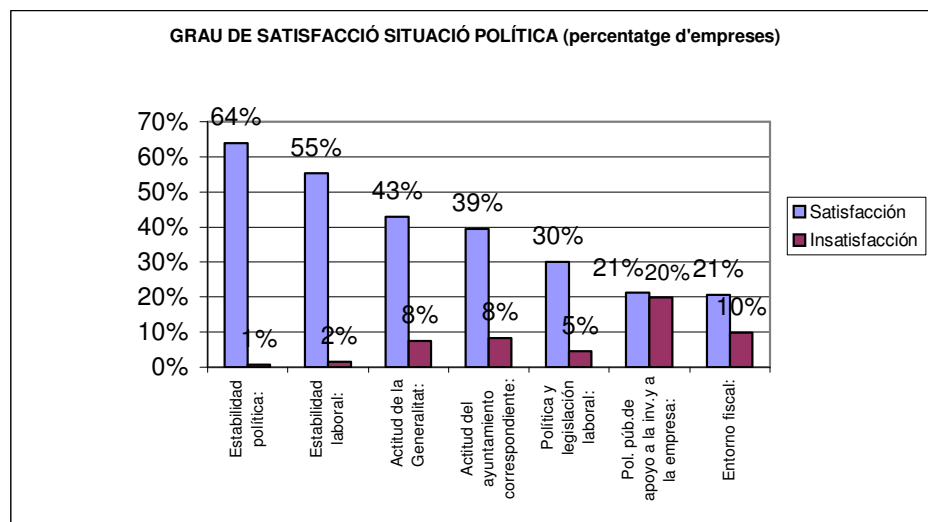
SITUACIÓ POLÍTICA

L’estabilitat política i laboral són aspectes considerats importants per gairebé tres quarts parts de les empreses per escollir l’àrea de Barcelona, i amb els quals aquestes es mostren més satisfetes, de la mateixa manera que en l’estudi anterior.

No obstant això, les empreses estrangeres reclamen més polítiques de recolzament a la inversió i a l’activitat empresarial i una millora dels avantatges fiscals.

“Les empreses estrangeres continuen considerant l’estabilitat laboral i política com els factors més importants en la decisió d’inversió i, a posteriori, els més valorats.”



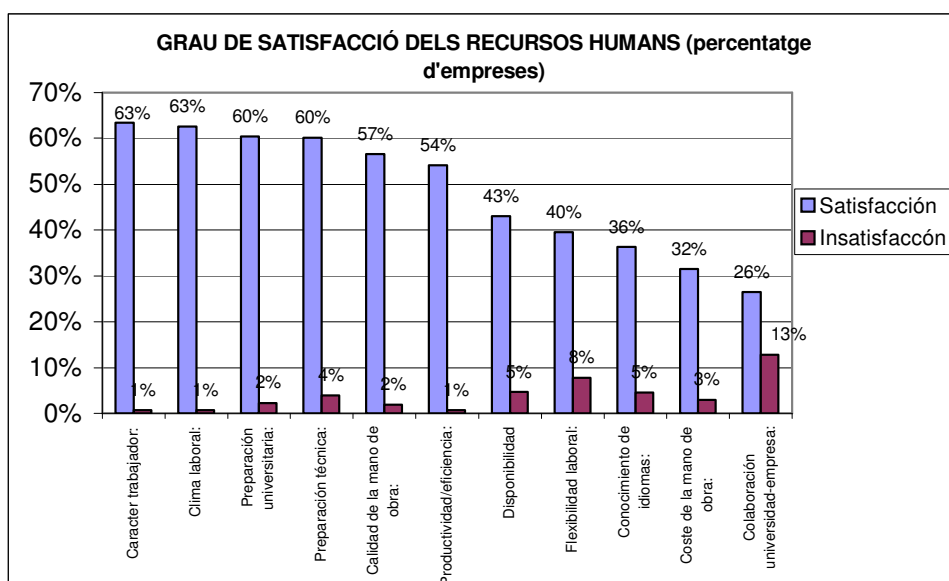
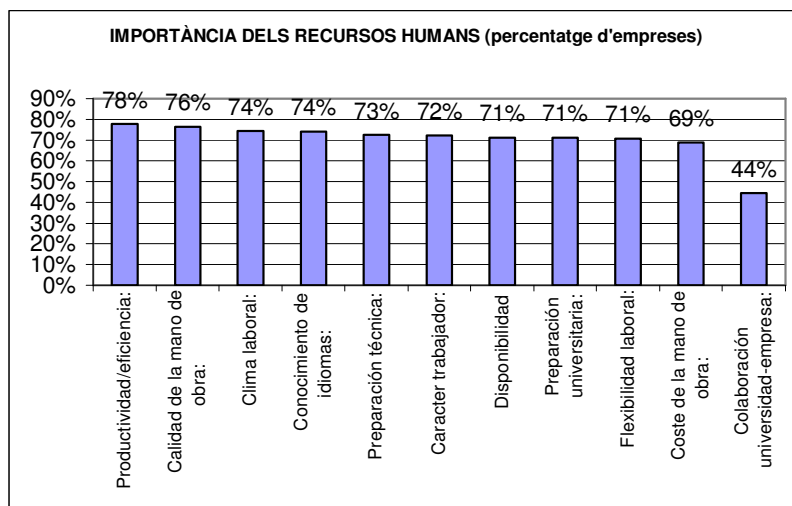


RECURSOS HUMANS

Els diversos aspectes que fan referència als recursos humans són dels més considerats per les empreses per invertir a l'àrea de Barcelona. La productivitat i l'eficiència, la qualitat de la mà d'obra, així com el clima laboral i el coneixement d'idiomes són factors molt tinguts en compte.

Destaquen com a aspectes més valorats el caràcter dels treballadors, el clima laboral i la preparació universitària i tècnica. En contrapartida, les empreses desitjarien una major col·laboració universitat-empresa, una millora en el grau de flexibilitat laboral i un major coneixement d'idiomes.

“Els recursos humans inclouen una sèrie de factors considerats entre els més importants per invertir a l'àrea de Barcelona. Les empreses estrangeres valoren positivament la majoria d'aquests factors, sobretot el caràcter treballador, el clima laboral i la preparació tècnica i universitària.”



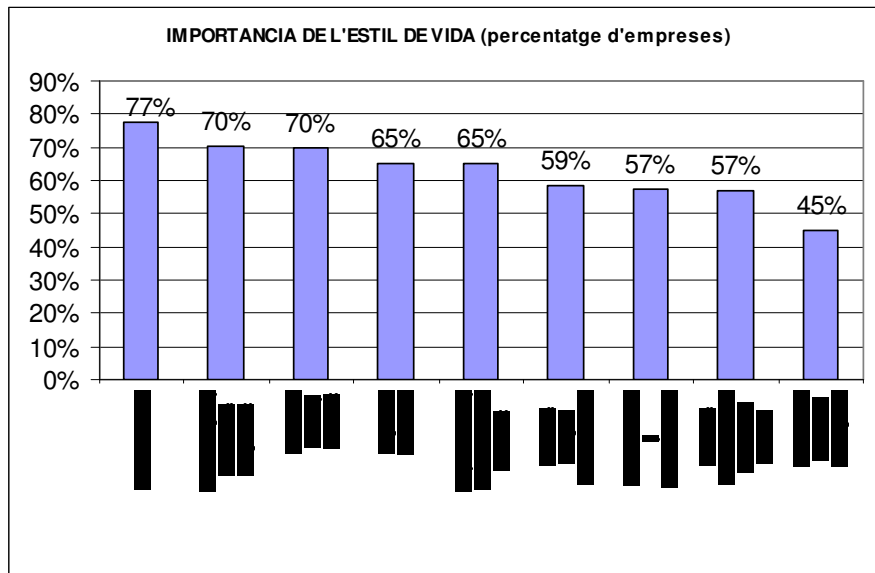
QUALITAT DE VIDA

La qualitat de vida, la bona acollida per part de la població local i la facilitat d'integració, així com una cobertura mèdica i sanitària de primer nivell, van influir en les empreses a l'hora de decidir venir a l'àrea de Barcelona.

Els aspectes relacionats amb l'estil de vida són els que produeixen majors motius de satisfacció entre les empreses. L'excel·lent qualitat de vida, l'àmplia i variada oferta lúdica i la bona acollida per part dels barcelonins, són factors valorats positivament pels empresaris estrangers.

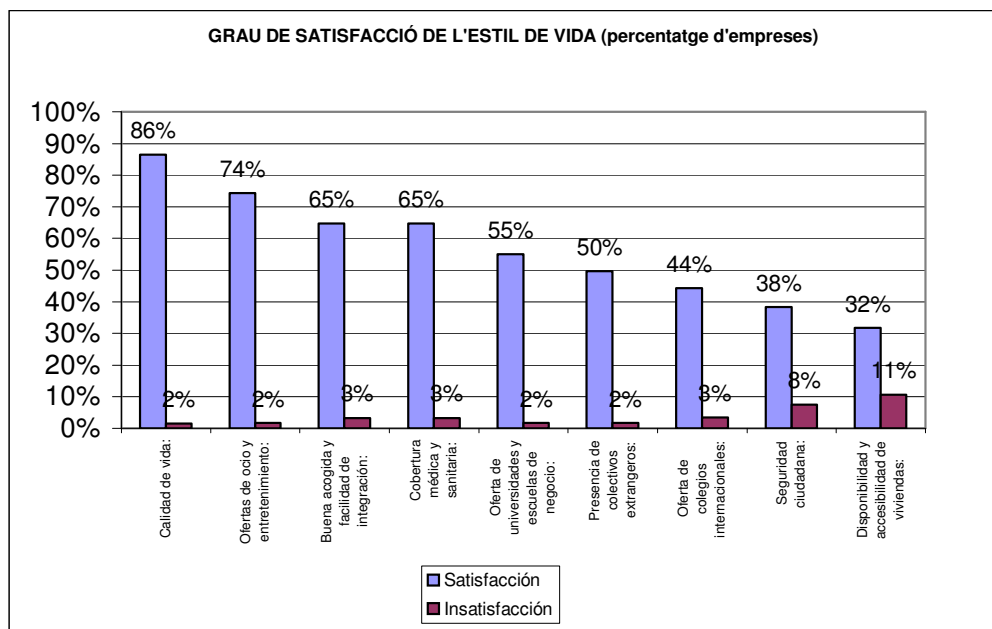
Un 11% d'empreses considera que s'hauria de facilitar més l'accés a la vivenda i, en menor grau, que s'hauria de millorar la seguretat ciutadana a l'àrea de Barcelona.

“La qualitat de vida existent al·l'area de Barcelona és un dels aspectes cada cop més valorat per part de les empreses estrangeres.”



En els darrers anys la importància de la qualitat de vida pesa cada cop més en les decisions de les empreses. Aquestes vetllen perquè els seus empleats gaudeixin d'un entorn agradable i satisfactori. Per atraure la gent més preparada i qualificada no hi ha prou amb al·licients econòmics. Avui dia els professionals reclamen sentir-se ben integrats en la ciutat on treballen. És per això que els elements referents a la qualitat de vida són considerats cada dia més rellevants.

Cal destacar, en aquest sentit, que l'estudi "European Cities Monitor", realitzat anualment per la consultora Healey & Baker entre 500 alts executius europeus, situa Barcelona com la primera ciutat europea en termes de qualitat de vida, posició que manté en les darreres sis edicions.



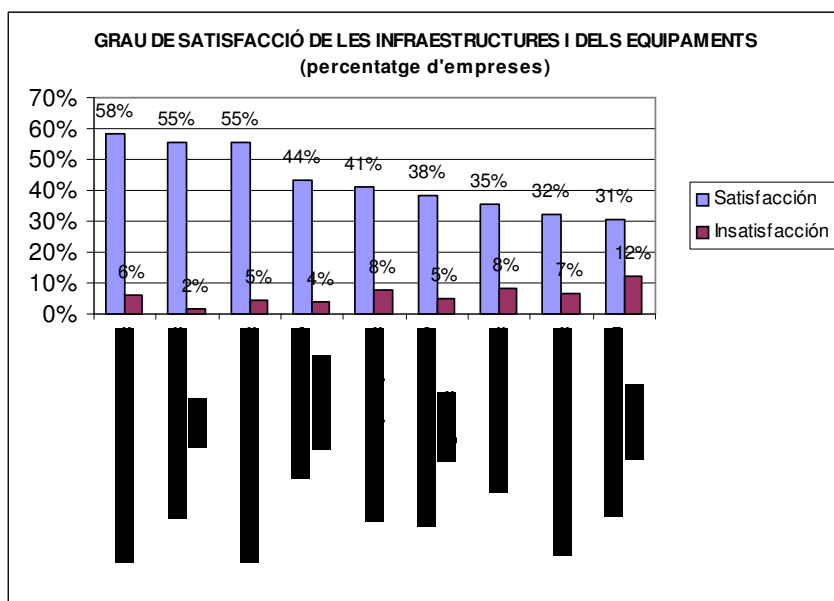
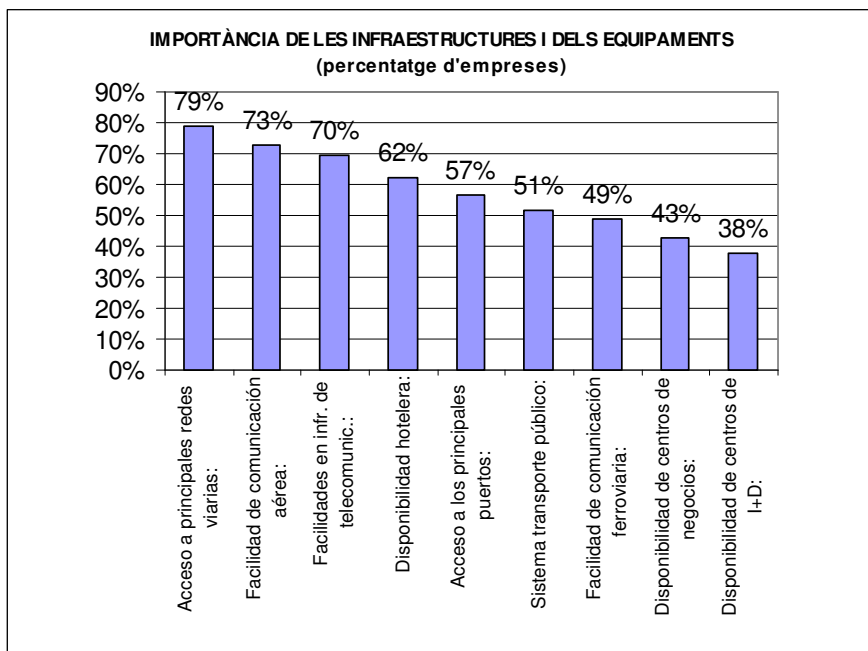
INFRASTRUCTURA I EQUIPAMENTS

Dos criteris dins d'aquest grup són considerats com de gran importància per les empreses que decideixen instal·lar-se a l'àrea de Barcelona: l'accés a les principals xarxes viàries i la facilitat de comunicació aèria. Les facilitats en infraestructures de telecomunicacions, la disponibilitat hotelera i l'accés als principals ports, són aspectes que cal tenir amb compte a l'hora de decantar-se per l'àrea de Barcelona.

Un cop establertes, les empreses es mostren més satisfetes amb l'accés als principals ports i a les principals xarxes viàries, així com amb la facilitat de comunicació aèria.

D'altra banda, les empreses mostren un menor grau de satisfacció en aspectes com les comunicacions ferroviàries, la disponibilitat hotelera i el sistema de transport públic.

“L'accessibilitat a les xarxes viàries, les comunicacions aèries i les infraestructures de telecomunicacions van ser decisius per més de dos terços de les empreses estrangeres a l'hora d'establir-se a l'àrea de Barcelona.”



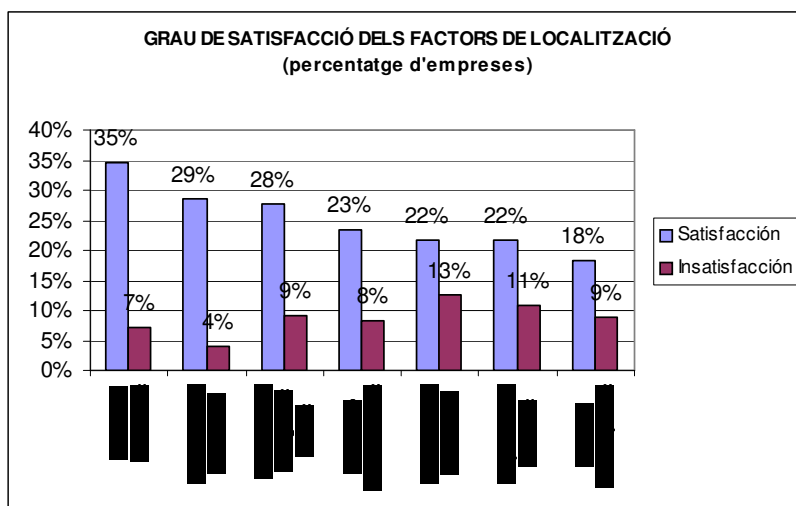
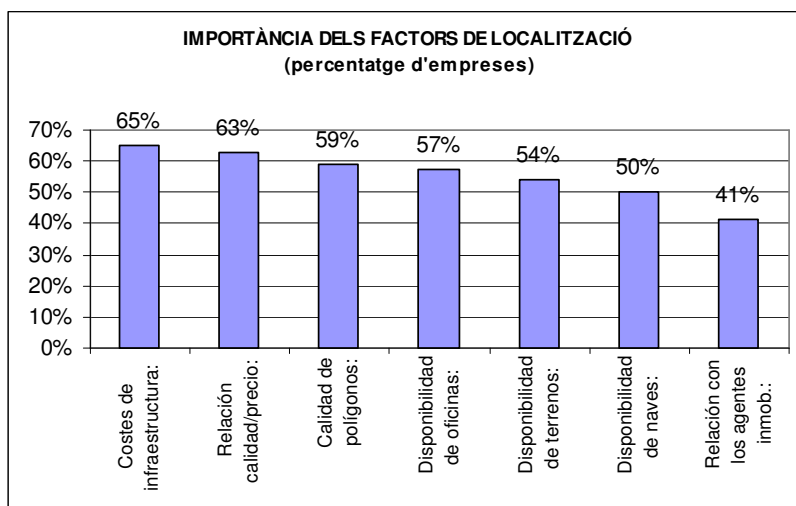
FACTORS DE LOCALITZACIÓ

Els factors de localització fan referència tant a la disponibilitat d'espais com a la seva qualitat i cost.

En aquest sentit els costos de les infraestructures, la relació qualitat-preu del sòl a l'àrea de Barcelona i la qualitat dels polígons són considerats com a molt importants per un 60% de les empreses estrangeres.

Aquestes també consideren que hi ha una certa manca de disponibilitat de terrenys i de naus industrials i que la relació qualitat-preu del sòl a l'àrea de Barcelona és millorable.

“Més del 60% de les empreses enquestades consideren que els costos de les infraestructures i la relació qualitat-preu del sòl a l'àrea de Barcelona han estat tingudes en compte en la seva decisió d'implantació.”



4.3. Principals ciutats competidores

Un 41% de les empreses estrangeres reconeix haver considerat la ciutat de Madrid com a possible alternativa per a la seva inversió. Les principals raons que s'argumenten són la seva bona situació geogràfica, les bones infraestructures i comunicacions i el fet de ser la capital d'Espanya.

Catalunya, excloent l'àrea de Barcelona, és la segona opció més esmentada per les empreses enquestades pels menors costos i les bones comunicacions. La segueixen la Comunitat Valenciana i el País Basc.

Quant a ciutats europees són anomenades Dublín pels avantatges fiscals, Londres pels mercats financers i l'idioma, Manchester per la qualitat del recursos humans, Milà per la proximitat del proveïdors i París per les bones infraestructures.

“Dublín, Londres, Manchester, Milà, París i Madrid són les grans competidores de Barcelona pel que fa a la inversió estrangera.”

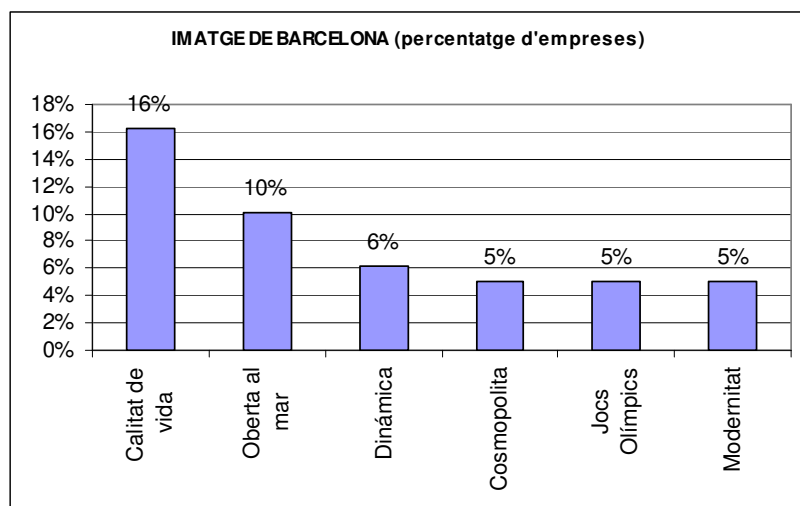
5. VISIÓ I PERSPECTIVES DE FUTUR

5.1. Principals aspectes amb els que s'associa la ciutat de Barcelona

La ciutat de Barcelona s'identifica espontàniament amb qualitat de vida, oberta al mar, dinàmica, cosmopolita i moderna. Barcelona té una imatge de ciutat amable, oberta, que sap adaptar-se als canvis i estar al dia.

“Barcelona és vista com una ciutat amb una alta qualitat de vida, oberta al mar, dinàmica i cosmopolita.”

En l'anterior edició d'aquest estudi s'esmentaven qualificatius com els de ciutat dels negocis o de ciutat seriosa. Respecte l'edició d'enguany prenen més rellevància l'adjectiu de mediterrània i el record dels Jocs Olímpics de 1992.



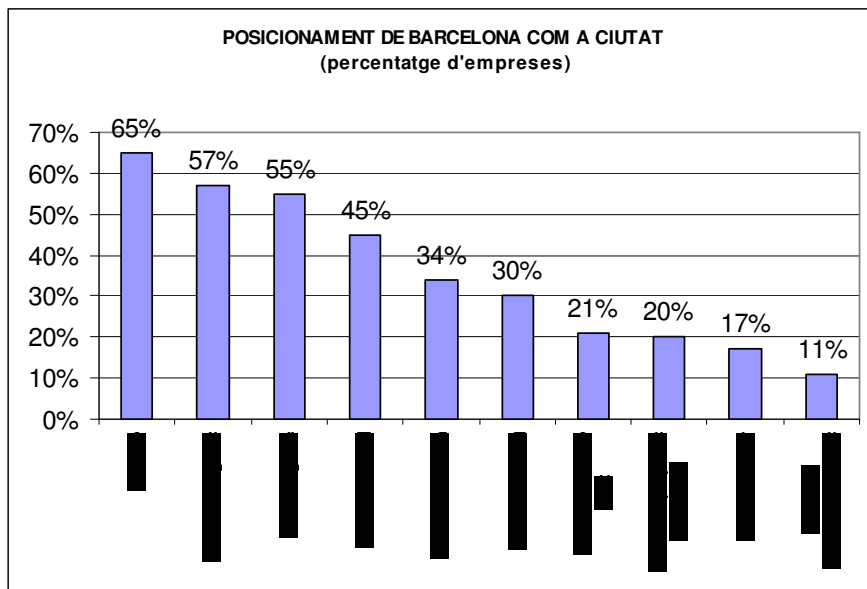
5.2. Opinió en relació als aspectes en els que està millor possessionada Barcelona com a ciutat

Més d'un 50% de les empreses enquestades posicionen Barcelona com un centre de turisme, de negocis i logístic.

La consolidació de Barcelona com a centre turístic i de negocis de primer nivell y com a centre logístic del sud d'Europa és una realitat, fet que constata la seva vocació de ciutat de serveis.

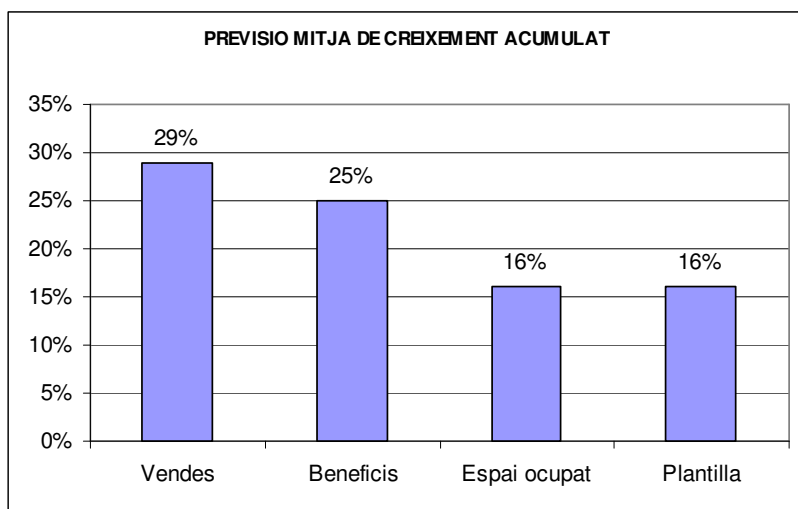
Així mateix, les empreses també destaquen la ciutat de Barcelona com a centre industrial, d'educació, cultura i de disseny.

“Barcelona s’ha consolidat com a centre turístic i de negocis i com a plataforma logística del sud d’Europa”



5.3. Previsions de futur pels pròxims tres anys (2001-2004)

Vista la positiva evolució de les vendes i els beneficis dels darrers cinc anys, les empreses estrangeres tenen grans expectatives de seguir incrementant les vendes i els beneficis pels pròxims tres anys. Les previsions de creixement de l'espai ocupat i de les plantilles, tot i que son menors que les corresponents a les altres dues variables, consoliden els resultats obtinguts durant els darrers cinc anys.



“Les empreses estrangeres a l'àrea de Barcelona presenten excel·lents previsions de futur a mig termini”

5.4 Necessitats d'espai previstes en els pròxims tres anys

Les empreses enquestades fan evident en les seves respostes que en els pròxims tres anys hi haurà una demanda considerable d'espai al mercat immobiliari, donat que pensen incrementar la superfície actualment disponible.

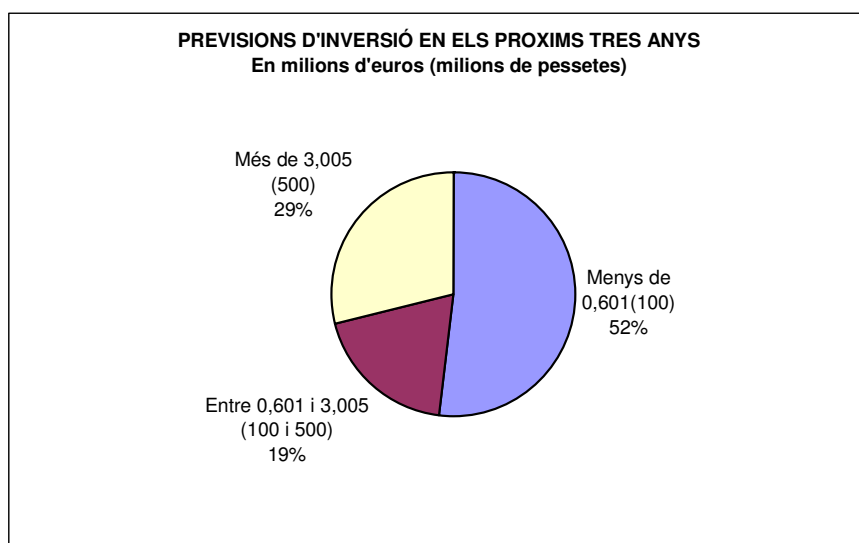
“El 63% de les empreses enquestades preveuen incrementar la superfície disponible actual”

La meitat de les empreses preveuen incrementar la superfície disponible actual mitjançant una nova localització.

5.5. Previsions d'inversió en els pròxims tres anys.

L'alt grau de satisfacció de les empreses estrangeres establertes a l'àrea de Barcelona així com el bon resultat respecte a les expectatives inicials, es reflexa en les intencions d'inversió a mig termini.

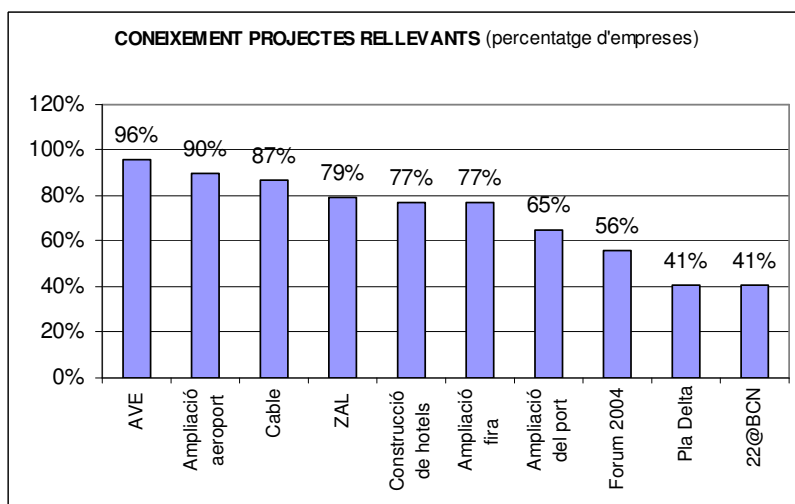
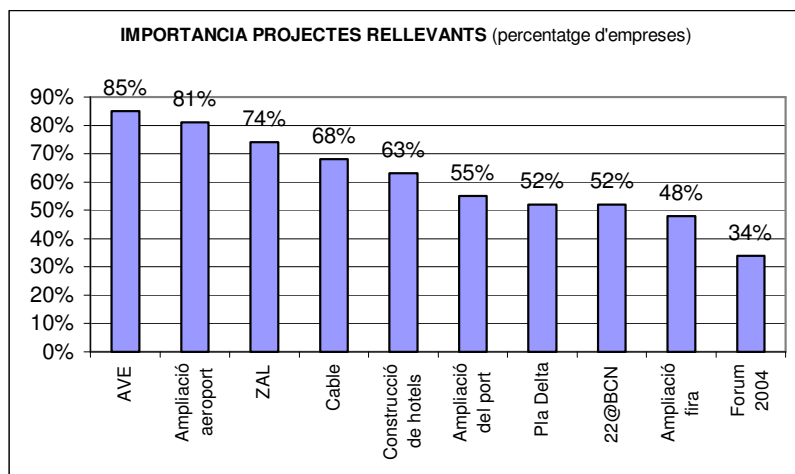
“Més del 90% de les empreses estrangeres preveuen invertir en els propers tres anys. Les inversions de prop d'una tercera part d'aquestes superarà els 3 milions d'euros”



5.6. Iniciatives recents o previstes a l'àrea de Barcelona

A l'igual que a l'anterior estudi, un dels objectius de l'enquesta realitzada era saber quins dels grans projectes urbanístics i d'infraestructures previstos a l'àrea de Barcelona creien que podien afavorir més el seu creixement i la seva competitivitat. Per això es va preguntar a les empreses que valoressin certs projectes que actualment s'estan realitzant o que està previst que es portin a terme en un futur pròxim.

El tren d'alta velocitat (AVE) i l'ampliació de l'aeroport són els projectes considerats més importants i més coneguts per les empreses estrangeres. La Zona d'Activitats Logístiques i el desplegament de la xarxa de cable són també projectes que les empreses creuen favorables pel seu desenvolupament i per la implantació de noves empreses estrangeres a l'àrea de Barcelona.



“Les empreses estrangeres continuen considerant l’arribada del tren d’alta velocitat y l’ampliació de l’aeroport com els dos projectes més rellevants per a millorar la seva competitivitat”

El Pla Delta, el Fòrum 2004 i [22@BCN](#) semblen ser projectes encara no prou coneguts per les empreses estrangeres. No obstant sembla que pot haver-hi una certa dificultat per identificar el projecte pel seu nom, però no per les actuacions que conté. Aquesta aparent contradicció es palesa pel fet que algunes de les actuacions incloses en el Pla Delta com l’ampliació de l’aeroport o la ZAL apareixen entre les més valorades.

Altres factors enumerats espontàniament per les empreses estrangeres com a rellevants a l’àrea de Barcelona per a millorar el seu desenvolupament són tals com la disponibilitat d’oficines, la millora del transport públic i la millora del tràfic urbà.

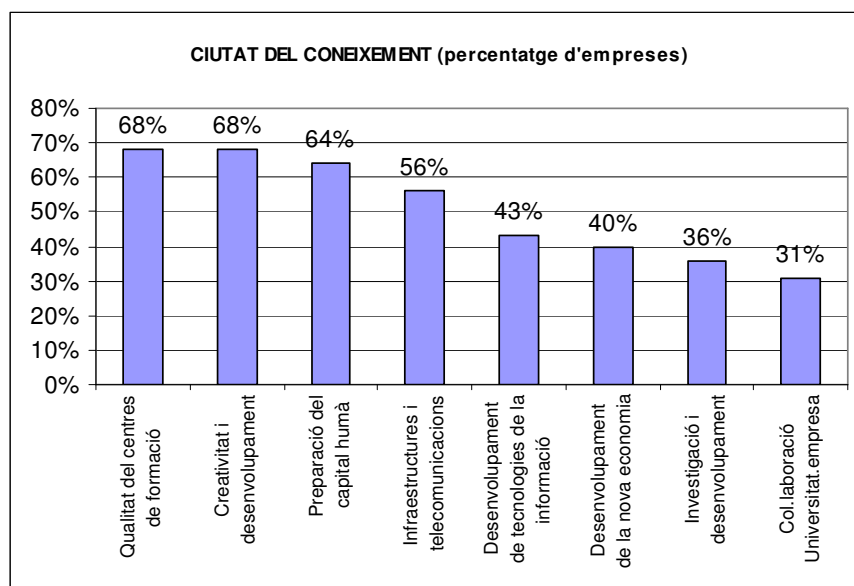
6. BARCELONA, CIUTAT DEL CONEIXEMENT

El coneixement, la forma de transmetre'l, adquirir-lo i gestionar-lo s'està convertint en un valor important a la nostra societat actual, a nivell general i a l'entorn empresarial en particular.

6.1. Valoració del posicionament de Barcelona com a "ciutat del coneixement"

En aquest sentit més d'un 60% de les empreses consideren que Barcelona està en una molt bona posició en relació a aspectes com la qualitat dels centres de formació, la creativitat i la innovació i la disponibilitat i preparació del capital humà. Així mateix més de la meitat de les empreses consideren que Barcelona està igualment molt ben posicionada en quant a la existència de infraestructures de telecomunicacions.

"El 68% de les empreses estrangeres consideren la qualitat dels centres de formació i la creativitat i capacitat de desenvolupament com els elements més singulars i valorats de Barcelona com "ciutat del coneixement".



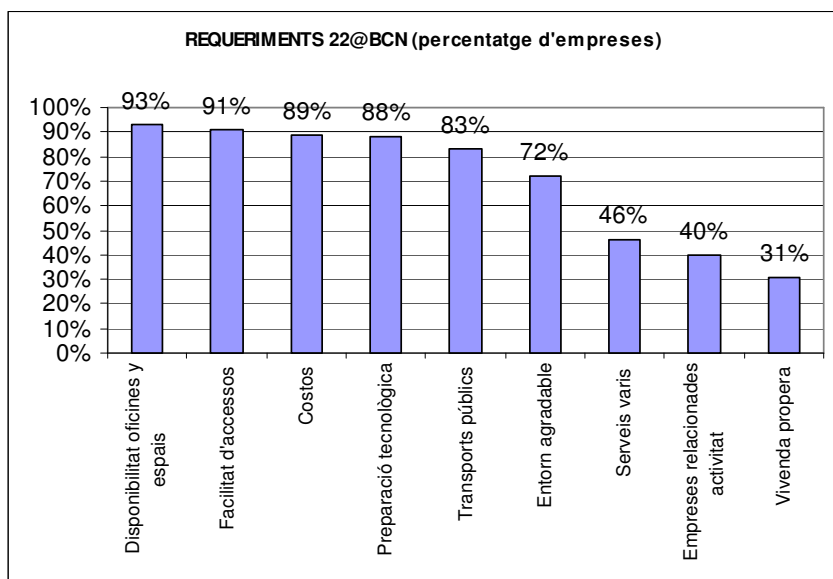
La investigació i el desenvolupament i la col.laboració Universitat-Empresa son els aspectes en que es considera que Barcelona hauria de millorar.

6.2. Suggestiments per a la instal·lació de la seva empresa a l'àrea del nou projecte 22@BCN

El 22@BCN suposa una transformació radical del districte industrial del Poblenou, al centre de la ciutat, per a convertir-lo en una zona atractiva per a la implantació d'activitats econòmiques de nova generació relacionades amb les noves tecnologies de la informació i de la comunicació i d'aquelles que, amb independència del sector econòmic al que pertanyin, estiguin relacionades amb la investigació, el disseny, l'edició, la cultura, l'activitat multimèdia, la gestió de bases de dades i el coneixement.

Com a novetat en aquesta segona edició s'ha plantejat a les empreses enquestades quins requisits consideren prioritaris a l'hora d'estudiar la possibilitat d'implantar-se a l'àrea de negocis del Poble Nou.

“Disponibilitat i accesibilitat a oficines i espais i facilitat d'accesos son els principals requeriments que les empreses estrangeres demanarien per instal·lar-se a l'àrea 22@BCN del Poblenou”



Les empreses també tenen molt amb compte els costos, les infraestructures tecnològiques (cablejat de fibra òptica, etc..) i una bona xarxa de transports públics quan pensen en una possible instal·lació a l'àrea del Poblenou.

7. ENTREVISTES PERSONALS AMB EMPRESES REPRESENTIVES

A diferencia de la primera edició, el present estudi incorpora com a novetat una sèrie d'entrevistes qualitatives amb alts directius de diferents empreses estrangeres establertes a l'àrea de Barcelona.

L'objectiu d'aquestes entrevistes és disposar d'un coneixement qualitatiu de la situació, percepcions de l'entorn empresarial i perspectives de futur d'aquestes empreses, aspectes millor reflexats en una entrevista personalitzada.

Els criteris de selecció per les entrevistes han recollit tipologies d'empreses relacionades amb les noves tecnologies i les noves tendències d'inversió (centres de serveis empresarials) i amb àmbits de responsabilitat de nivell supranacional.

La relació d'empreses entrevistades ha estat la següent:

- Agilent Technologies, S.A.
- Avis Contact Centres, S.A
- eDreams
- Epson
- General Motors
- GFT
- Kao Corporation, S.A.
- Renault España Comercial, S.A.
- Snack Ventures, S.A.

AGILENT TECHNOLOGIES SPAIN, S.L.

Sr. Carles Vivas, Director General

Suprimir:

Fitxa Tècnica

El Centre de Serveis Compartits d'Agilent Technologies està situat al World Trade Center de Barcelona, en un entorn privilegiat, al Port de Barcelona. Actualment és responsable de l'Administració, Finances, i de l'Atenció al Client del negoci que es genera a Europa, nord d'Àfrica i Orient Mitjà (EMEA) i Amèrica Llatina, xifra propera als 1.503 milions d'Euros (250.000 M ptes) anuals. Agilent és la companyia escindida de l'empresa nord-americana Hewlett-Packard, especialitzada en Test i Mesura i Ciències de la Vida.

Actualment el centre ocupa uns 400 professionals amb formació relacionada amb Administració d'Empreses i Finances, nadius de més de 15 països europeus, una part important ja vivien a Barcelona quan van ser contractats per Agilent.

Historial

L'any 1999 la Divisió de Test i Mesura de Hewlett Packard, actualment coneguda com a Agilent, decideix concentrar en un sol centre els seus serveis al client en les àrees d'Administració, Finances i Atenció al Client d'Europa, Orient Mitjà i nord d'Àfrica (EMEA).

En aquells moments Hewlett-Packard es planteja ubicar el centre en alguna de les prop de 15 localitzacions on té activitat productiva a Europa, entre les quals estava Barcelona.

Després d'una visita a la ciutat, la direcció de Hewlett-Packard va decidir finalment establir el centre a Barcelona. La decisió va ser presa en base a factors com l'existència d'un costos laborals i d'oficines molt competitius, la disponibilitat d'oficines de gran qualitat, la qualitat de les seves infraestructures de telecomunicacions, i l'atractiu de la ciutat per als treballadors estrangers. Altres factors com les infraestructures i els equipaments, així com la localització i aspectes relacionats amb el mercat també van ser valorats molt positivament a l'hora de prendre la decisió final.

Futur

El bon funcionament del centre va propiciar que després de menys de dos anys en funcionament, aquest assumís la responsabilitat dels mercats de Sud-Amèrica a més dels d'EMEA, així com que ampliés els seus serveis per cobrir també l'àrea de negoci d'Analítica, que configuren l'actual Agilent Technologies.

Gràcies a l'ampliació dels seus serveis, es van contractar uns 200 nous treballadors al llarg de l'any 2001.

Relacions amb l'entorn

Agilent ha considerat molt satisfactòria la seva implantació a Barcelona després de més de dos anys operant des de Catalunya. L'empresa valora molt positivament la qualitat dels Recursos Humans, el clima laboral, així com l'oferta de mà d'obra. Agilent ha estat

interessada a establir convenis de col·laboració amb les diferents Universitats catalanes, i comenta el fet que no existeixi un organisme únic que gestioni aquest tema, fet que fa més complex l'establiment d'aquests convenis.

Agilent també apunta el fet que Barcelona, com a centre de negocis a nivell internacional, haurà de fer un esforç per tal que millorin les seves connexions aèries amb altres ciutats Europees i fer un procés àgil per la legalització i contractació de treballadors especialitzats estrangers, imprescindibles en un centre de serveis internacional.

(text validat 29-10-01)

AVIS CONTACT CENTRES, S.A.
Cassy Ramsey , Directora.

Ficha técnica

Avis Contact Centres, S.A. se constituyó en Barcelona el 29 de mayo de 2000 como centro operativo de contacto con los clientes de la división de Avis Europe de alquiler de coches.

La Sociedad se ha ubicado en el World Trade Center (WTC) de Barcelona donde ha instalado más de 250 operadores de teléfono de diversas nacionalidades que responden a las llamadas de España, Francia, Italia, Portugal, Bélgica, Holanda, Luxemburgo y Grecia en breve.

La facturación prevista para el año 2001 es de 13 millones de Euros (2.160 millones de pesetas).

Historial

Avis Contact Centres, S.A. nace como respuesta a la necesidad de centralización de todas las llamadas recibidas de alquiler de coches de gran parte de los países del centro y sur de Europa.

Según Cassy Ramsey, Directora del ACCs.a., los siguientes aspectos han sido claves en la decisión de implantar el call center en Barcelona: un convenio de telemarketing muy adecuado a las empresas del sector, unos costes laborables muy competitivos comparados con otros países europeos, alta calidad de vida, baja rotación del personal y una gran disponibilidad de personal de otros países.

Para **Avis Contact Centres, S.A.** los aspectos laborales y de recursos humanos han sido los más tenidos en cuenta en su implantación en Barcelona.

Futuro

Avis Contact Centres, S.A. apuesta por la calidad del servicio al cliente para poder atenderle cada día mejor. La Sociedad prevee atender diariamente entre 10.000 y 20.000 llamadas según temporada, baja y alta, respectivamente, o mas de 3,000,000 por año.

Las previsiones auguran un aumento general de entre el 10 y el 15% en cuanto a plantilla, ventas y beneficios. En cuanto al espacio ocupado la sociedad prevee incrementar significativamente la localización actual.

Relación con el entorno

Cassy Ramsey comenta otros aspectos en los cuales Barcelona debería mejorar, tales como la seguridad ciudadana, el transporte público en cuanto a enlaces con el WTC, la concentración del monopolio de las telecomunicaciones en España, las dificultades en la búsqueda de viviendas temporales para los no residentes y las dificultades de adaptación de los trabajadores en cuanto al idioma se refiere

(text validat 29-10-01)

E-DREAMS

Jorge Carulla. Director de Marketing

Ficha técnica

eDreams es una agencia de viajes on-line que opera a través de Internet. La empresa reúne parte de la oferta turística de varios touroperadores y la dirige a los usuarios finales. Su cometido consiste en ordenar la información y enriquecerla con servicios, como la participación de los propios usuarios, que intercambian experiencias, o la asesoría de los *dreamguides*, expertos independientes que responden a los viajeros a través de la red.

Tiene su oficina central en Barcelona, que además es el cuartel general de la compañía en Europa. En ella trabajan 70 personas de 18 nacionalidades. Su mercado abarca España, Italia, Reino Unido y Francia.

Gracias a las aportaciones de sus socios financieros la empresa ha conseguido 40 millones de Euros (6.700 millones de pesetas) desde su fundación.

En el año 2000 facturó 2.000 millones de pesetas (12 millones de Euros) y en el presente año la facturación on-line se cifra en 250 millones de pesetas al mes (1,5 millones de Euros).

Historial

Según Jorge Carulla, Director de Marketing de **eDreams**, la empresa empezó a gestarse en el Silicon Valley si bien ya desde el inicio el desarrollo del proyecto se centró en el mercado europeo, especialmente España e Italia, donde hay menos competencia. A finales de 1999 se abrió la primera oficina, y en el 2000 se lanza la website. Desde entonces la progresión ha sido constante y actualmente tienen 1.000.000 de usuarios registrados, de los cuales 300.000 en España.

La empresa cuenta con una plantilla muy joven, de 25 años de media, de muy diversas nacionalidades y donde el inglés es el idioma prioritario.

Futuro

eDreams quiere mantenerse al frente de los portales de viajes de España e Italia y ganarse un puesto de honor en el Reino Unido y Francia.

Hacia el año 2002 el objetivo es alcanzar la autofinanciación.

Relación con el entorno

Para Jorge Carulla, Barcelona cuenta con una serie de factores muy positivos que facilitaron la decisión de establecer aquí su sede central. Destacan la calidad de vida, la facilidad de accesos, el nivel de implantación de Internet, unos costes de vida relativamente bajos y la existencia de una importante comunidad internacional, así como las perspectivas de atraer personal cualificado de fuera. También la considera una ciudad abierta y cosmopolita, donde la marca Barcelona representa un sello de identidad característico.

Barcelona muestra también algunas debilidades, como la escasez de espacios para oficinas o la falta de personal cualificado, lo que aumenta los costes al tener que incorporar personal del exterior.

(pendent validació 29-10-01)

EPSON EUROPE ELECTRONICS GMBH

Narcís Avellana, Branch Manager

Fitxa tècnica

Epson Europe Electronics GmbH Sucursal España és un dels 2 centres de disseny que Epson té a Europa i el primer centre de disseny de hardware.

Concretament l'activitat desenvolupada per la sucursal espanyola d'aquesta companyia és el desenvolupament de circuits integrats a mida.

La importància d'aquesta inversió radica en l'àmbit mundial de la seva responsabilitat, ja que la sucursal espanyola d'Epson té un àmbit d'acció a Europa, Àfrica (bàsicament Sudàfrica) i Orient Mitjà (bàsicament Israel).

Historial

Ubicada a Sant Cugat del Vallès, el centre de disseny d'Epson va començar la seva activitat durant el primer trimestre del 2001, després d'haver pres la decisió d'ubicar el centre a l'Àrea de Barcelona descartant altres ciutats com Londres, Múnic o Niça.

Relació amb l'entorn

Narcís Avellana, Branch Manager d'Epson Europe Electronics GmbH Sucursal España, destaca la qualitat de vida de Barcelona com a un dels instruments d'atracció i de posterior fidelització d'empleats, aspecte vital per la necessitat de permanència dels treballadors que té aquesta empresa.

Un altre aspecte que va decantar la balança cap a l'actual ubicació de la sucursal espanyola va ser la imatge de Catalunya i, especialment, Barcelona.

Quan se li va preguntar sobre la qualitat dels recursos humans, Narcís Avellana no va dubtar en comparar-los amb nivells europeus i en reafirmar l'alta qualificació tècnica dels mateixos.

A part d'aquests aspectes qualitatius, els competitiu costos generals que ofereix la zona de Barcelona també van ser molt valorats a l'hora de triar el nostre país.

Futur

El futur d'aquesta empresa es preveu molt positiu, donat l'elevat grau de satisfacció d'Epson i el compliment de les seves expectatives inicials, sobretot amb l'elevada qualitat de vida i qualificació dels treballadors.

(text validat 29-10-01)

Centro Europeo de Servicios Financieros Compartidos de GENERAL MOTORS

Jordi Marsà. Gerente CSC

Antecedentes

La compañía automovilística Opel, subsidiaria de la norteamericana General Motors, estableció en el año 2000 su centro Europeo de Servicios Financieros Compartidos en Barberà del Vallès, Barcelona. El nuevo centro centraliza todos los procesos de facturación de las 20 plantas que el grupo tiene en 13 países europeos, siendo uno de los pocos centros de servicios compartidos con un ámbito de responsabilidad que engloba toda Europa.

El factor diferenciado del centro de servicios compartidos de General Motors respecto a otros similares ubicados en el área de Barcelona es el hecho que la empresa decidiera externalizar un centro de estas características, ya que incluía la gestión de funciones financieras. A tal efecto se seleccionó a Arthur Andersen como socio mediante la firma de un sofisticado contrato que garantizaba el nivel de servicio ofrecido.

General Motors decidió ubicar el centro en Barcelona después de evaluar en profundidad diferentes ciudades europeas. Barcelona sobresalía en aspectos tales como la estabilidad del entorno respecto a otras localizaciones, los costes competitivos, las buenas comunicaciones con otras capitales europeas, así como la imagen cosmopolita y el clima, que facilitarían la captación de trabajadores extranjeros a la ciudad.

Después de un año de funcionamiento ha quedado de manifiesto la excelente calidad de las infraestructuras y servicios de telecomunicaciones en relación a unos costes altamente competitivos.

Perspectivas

Desde la inauguración del nuevo centro el año 2000, la empresa General Motors ha experimentado un continuo proceso de cambio, comprando la compañía automovilística Saab, así como el 20% de la italiana Fiat. En este sentido, el centro ha sido capaz de adaptarse a estas nuevas situaciones a la vez que progresivamente ha ido consolidando sus funciones. Actualmente, el centro emplea alrededor de 250 titulados en Finanzas de muy diferentes nacionalidades.

Relación con el entorno

A pesar del alto grado de satisfacción que muestra la empresa, se identifican algunos aspectos en los que Barcelona tendría que hacer un esfuerzo por mejorar, tales como la disponibilidad de espacio de oficinas, la extensión de los servicios de transporte que comunican el área de Barcelona, así como la disponibilidad de personal cualificado.

(pendent validació 29-10-01)

GFT.

Jordi Negre, Director Comercial y Marketing

Ficha técnica

GFT es una consultora tecnológica que tiene por objetivo convertirse en un referente en el campo de las transacciones electrónicas multicanal de alta seguridad, un elemento clave en la estrategia e-Business de cualquier empresa. Recientemente ha cambiado el nombre de la empresa, que hasta hace muy poco se denominaba **emagine Iberia**, fruto de su fusión con la empresa alemana GFT.

Tiene su sede en Sant Cugat del Vallés (Barcelona), desde donde se coordina la dirección comercial para el Sur de Europa y América Latina. Actualmente cuenta con 700 profesionales (de una total de más de 1.000 en el conjunto de la compañía y su volumen de negocio se fija en torno a los 100 millones de Euros (16.639 millones de Ptas.) en el 2001.

Historial

emagine se fundó en el 2001 como resultado de la integración de dos filiales del Grupo Deutsche Bank: **dbsea S.A.** (Deutsche Bank Servicios de Consultoría Informática) en España y **emagine GmbH** en Alemania. La primera se había creado en 1996 con el objetivo de desarrollar y e implementar sistemas de Tecnologías de la Información para el grupo financiero, no sólo en España sino también en Europa.

Según Jordi Negre, Director Comercial y Marketing de **GFT**, cuando Deutsche Bank estudiaba diferentes emplazamientos en Europa para situar sus centros de competencia, buscaba sitios que reunieran dos conceptos básicos: capacidad tecnológica del equipo humano y una buena relación coste-eficiencia. Finalmente se optó por Barcelona, puesto que geográficamente y para cuestiones logísticas con Europa está en un enclave inmejorable, cuenta con una amplia cantera de muy buenos profesionales y los costes resultaban mucho más competitivos en comparación con la media europea. También la imagen de Barcelona fue tenida en cuenta.

Futuro

GFT apuesta firmemente por el desarrollo de las transacciones electrónicas multicanal. Actualmente ofrece una amplia gama de servicios que abarcan la consultoría estratégica, el desarrollo e implantación de sistemas y el mantenimiento y soporte postventa. Sus aplicaciones y soluciones están dirigidas para cualquier tipo de empresas, especialmente aquellas para las que la transacción on-line tiene una especial relevancia: financieras, aseguradoras, telecomunicaciones, administraciones públicas. Y el futuro pasa por convertirse en un referente en este sector que ofrece grandes perspectivas.

Relación con el entorno

Jordi Negre también valora algunos aspectos en los que Barcelona muestra algunas debilidades. Por ejemplo, considera que el aeropuerto de Barcelona podría mejorar mucho en cuanto al número de viajeros, frecuencia de vuelos y conexión con las principales capitales del mundo. También cree que hay una falta de profesionales con formación informática común a toda Europa. Finalmente, opina que es en Madrid donde los empleados pretenden triunfar profesionalmente, ya que es allí donde se encuentran las principales empresas del sector.

(Resum validat per GFT)

KAO CORPORATION S.A.

Josep Matarrodona, Director General

Ficha técnica

Kao Corporation, S.A. fue una de las primeras empresas japonesas que apostó por Cataluña como ubicación instalándose aquí hace más de 30 años. Actualmente, se dedican a la fabricación de productos químicos (tensioactivos, oleoquímicos, aromas y tóner).

Cuentan con una plantilla total de 350 trabajadores y en el año 2000 alcanzaron unas ventas de 175 Millones de Euros (29.118 millones de Ptas.). También es de destacar el hecho de que un 72% del total de ventas se destina a la exportación.

La planta de **Kao Corporation S.A.** en Barberá del Vallés (Barcelona) es, a su vez, el headquarter europeo de la división química de la multinacional (**Kao Chemicals Europe, S.L.**). Este centro de decisión está encargado de la definición de las estrategias de ventas y de desarrollo de producto de las filiales del grupo en Alemania, Francia y España y es responsable también de los mercados de los países del Este de Europa, África y Oriente Medio, donde no disponen de centros productivos, pero sí de departamentos de ventas.

Historial

Kao Corporation, S.A. se instaló en Barcelona en 1970 a través de una Joint Venture 50/50 entre las empresas KAO JAPÓN y SINORGAN, creando inicialmente SINORKAO. Fue en el año 1987 cuando la experiencia positiva de esta primera etapa hizo que KAO Japón comprara el 100% del capital de la compañía creándose así **Kao Corporation, S.A.** Se construyó, en consecuencia, una nueva planta en Barberá del Vallés, donde se instalaron las oficinas centrales, el centro técnico y la producción de tóner y floppy disks. Es de destacar, que además de la oficina y planta central, **Kao Corporation, S.A.** cuenta con una planta de aromas químicos en Mollet del Vallès y una planta de fabricación de compoundings para fragancias en Olesa de Montserrat.

Futuro

Kao Corporation, S.A. seguirá apostando por la inversión en Cataluña, dados los resultados positivos que ha obtenido en el pasado y tiene previsto continuar invirtiendo en nuestro país a corto plazo.

Según el Sr. Matarrodona, el factor recursos humanos fue uno de los más importantes a la hora de considerar la ubicación en Cataluña. Además, también destacó como positivo el aspecto logístico que envuelve a la provincia de Barcelona. Cataluña está perfectamente conectada con el resto de Europa. Según señaló, el aspecto logístico es esencial para ser eficiente frente a los competidores.

El otro factor al cual el Sr. Matarrodona hizo especial mención fue el tema de las infraestructuras y equipamiento, ya que estos aspectos son vitales. Por ello, consideró interesantes algunos proyectos futuros como el plan Delta de ampliación de la Zona de Actividades Logísticas (ZAL) del puerto de Barcelona y también el salto cualitativo que supondrá la llegada a Barcelona del tren de alta velocidad, mejorando así la conexión con el resto de Europa.

Relación con el entorno

Aunque el Sr. Matarrodona afirmó que, en general, están muy satisfechos con su decisión de invertir en Cataluña, también nos comentó algunos aspectos en los cuales Barcelona debería mejorar: seguridad ciudadana (y la problemática que se está creando con la inmigración), dificultad de encontrar terreno disponible en los alrededores de Barcelona, necesidad de aumentar la población que habla idiomas, movilidad y flexibilidad geográfica de los recursos humanos y cualquier mejora posible en el ámbito universitario y docente.

(pendent validació 29-10-01)

RENAULT DESIGN BARCELONA.

Thierry Metroz, Director del Centre

Ficha técnica

El Centro de Diseño de Renault se instaló en Barcelona en 1999. Actualmente ocupa un espacio de unos 900 m² en un antiguo edificio de usos industriales remodelado en la calle Trafalgar. En él trabajan 10 trabajadores (1 director, 4 diseñadores, 3 maquettistas, 1 ingeniero y 1 secretaria). Solamente dos personas son españolas, el resto son franceses y alemanes. También colaboran a menudo con diseñadores catalanes “free-lance” y con otros proveedores locales (maquetistas, etc).

Aunque formalmente depende de Renault España, el Centro de Barcelona presenta sus propuestas a la Dirección de Diseño de Renault, compitiendo con las propuestas del centro de diseño de París. No hay comunicación entre los dos centros hasta que se presentan los proyectos, para evitar el “pensamiento único”. Una vez tomada una decisión el Centro de París es el que se encarga de llevar a la práctica el diseño definitivo a través de su Centro Técnico.

Historial

Para Thierry Metroz, Director del Centro Diseño de Renault, hay varias razones que explican la decisión de instalar el centro en Barcelona:

- España es, de alguna manera, la segunda patria de Renault.
- En Barcelona hay un espíritu creativo, vanguardista y avanzado que no se encuentra en otras ciudades de Europa, ni en París, ni en Milán. Barcelona tiene un “ángel” muy peculiar. La luz de Barcelona, los colores, tampoco se encuentra en otros lugares.
- Barcelona tiene una larga tradición e historia en el diseño de automóviles, un “savoir faire” muy fuerte (hay que recordar las grandes marcas de automóviles relacionadas con nuestra ciudad: Seat, Hispano Suiza, Pegaso, Motor Ibérica ...). Es importante el hecho de trabajar con proveedores locales de calidad e ingenierías de prestigio. En Barcelona esta calidad es notable, cosa que no pasa en ningún sitio más de España. También son muy interesantes los diseñadores instalados en Barcelona (Mariscal, Martí Guixé, Ana Mir,...)

En su momento el Centro de Diseño de Barcelona significó el nacimiento de un nuevo concepto de Centro, tanto para Renault, por ser éste el primer centro fuera de Francia, como para el mundo del diseño de automóviles en general, ya que se trataba del primer centro que se localizó en el centro urbano de una ciudad (recordemos, por ejemplo, el centro de diseño de Volkswagen en Sitges). En California, por ejemplo, estaban ubicados fuera del centro de las ciudades. Actualmente ya existen otros centros situados en los centros urbanos, como el de Volvo, también en Barcelona. A partir de la buena experiencia de Barcelona, Renault ha instalado un nuevo centro de diseño en el corazón de París.

La localización de estos tipos de centros en los centros urbanos de las ciudades es muy importante, ya que el diseñador es como una esponja, y de esta manera puede captar la sensibilidad, el contacto con la gente en general y con el mundo creativo en particular (pintores, diseñadores, etc.). Barcelona aporta un espíritu vanguardista, innovador y latino muy inspirador.

Futuro

Renault tiene una experiencia muy positiva después de más de dos años en Barcelona, tanto desde el punto de vista de su director, el Sr. Metroz, como desde la Dirección de Diseño de Renault en París, y de la Dirección de Renault a nivel global.

Las expectativas se han cumplido, si bien la propia filosofía del Centro de Diseño indica continuar manteniendo un equipo pequeño. Es por ello que no hay perspectivas de ampliación del Centro.

Desde el Centro de Barcelona se hace el Renault Scénic que saldrá a la luz en los próximos años.

Relaciones con el entorno

Thierry Metroz considera muy interesante la “Primavera del Diseño”, acontecimiento que se celebra en Barcelona de forma bianual.

En general no tienen críticas importantes. Están muy contentos en Barcelona. La única cosa que quizás le falta un poco a Barcelona es una mayor mezcla de culturas (en comparación con París o Londres), ya que la diferencia y la diversidad es la riqueza que aporta creatividad.

Por último valora la importancia del proyecto 22@BCN del Poblenou en cuanto a la mezcla de actividades que supone.

(Resum validat per Renault)

SNACK VENTURES, S.A. Rosa Querol, Directora Financera.

Ficha técnica

Snack Ventures, S.A. , como sociedad integrante de Frito Lay (Grupo PepsiCo) ,se constituyó en Barcelona el 4 de julio de 1957. La actividad principal de la Sociedad consiste en la comercialización de aperitivos con las marcas Lays, Ruffles, Cheetos y Doritos entre otras.

EL 100% del capital de la Sociedad pertenece a la Sociedad Snack Ventures Inversiones, S.L., quien a su vez pertenece a Snack Ventures Europe SCA con sede en Bélgica.

La facturación a 31 de diciembre de 1999 de **Snack Ventures, S.A.** ascendió a 237 millones de Euros (39.404 millones de pesetas) y la plantilla media durante el mismo año fue de 2.238 empleados.

Historial

Desde la fecha de su constitución, la sede de **Snack Ventures, S.A.** ha estado ubicada en Barcelona, por lo que la decisión de implantación en la ciudad se tomó desde sus inicios.

El crecimiento en volumen de negocio de **Snack Ventures, S.A.** fue un factor decisivo en cuanto a la decisión de implantación de los Headquarters para el sur-oeste de Europa en Barcelona en funciones de dirección, marketing, recursos humanos, servicios informáticos y logística.

Futuro

En cuanto a perspectivas de futuro, **Snack Ventures, S.A.** tiene previsto incrementar ventas e inversiones en el corto plazo. La ampliación de la superficie de la actual localización también se encuentra en los planes de futuro de la Sociedad.

Relación con el entorno

La dirección de **Snack Ventures, S.A.** considera que Barcelona es de un gran atractivo para las empresas extranjeras en cuanto al clima, a la calidad de vida, a la seguridad ciudadana y a las facilidades que el tamaño de la ciudad proporciona.

Asimismo, según Rosa Querol, Directora Financiera de **Snack Ventures, S.A.** es importante que la ciudad se mantenga al nivel actual por lo que se refiere a la calidad de la educación, el prestigio de los centros de negocios, la facilidad de acceso a recursos humanos bien formados, y los bajos costes salariales. Sin embargo, opina que si Barcelona quiere ser realmente competitiva, deberá invertir de forma más agresiva en infraestructuras como ampliación del aeropuerto, hoteles, centros de negocio e incrementar espacio para oficinas.

(Resum validat per Snack Ventures)